

REVUE DE PRESSE

2023



© EDF - DHUMES Patrice



© L'Occitane - Sonia SCHLAEINTZAUER



© Les Poteries d'Albi

à la rencontre de nos savoir-faire

I. PRESSE NATIONALE



à la rencontre de nos savoir-faire



LE GOÛT DU MONDE - VOYAGE

Tourisme industriel : cinq endroits étonnants à visiter

Par Hubert Prolongeau

Publié le 15 janvier 2023 à 06h00, modifié le 20 janvier 2023 à 11h15

Lecture 4 min, [Read in English](#)

Article réservé aux abonnés

[Ajouter à vos sélections](#)

SÉLECTION | « La Matinale » vous invite au voyage... Cette semaine, cap sur des usines à travers la France. Fleurons de la technologie ou dernières représentantes d'un art de faire, elles ouvrent leurs portes aux visiteurs.

LA LISTE DE LA MATINALE

Comprendre le ballet cadencé des métros, entendre le cliquetis des clous, suivre le processus de fabrication d'un parfum, être soufflé par le cristal ou électrisé par la puissance des marées : voici cinq lieux, dans l'Hexagone, où prendre la mesure de savoir-faire parfois anciens.

Plonger dans les entrailles du métro



Le terminus La Courneuve (Seine-Saint-Denis) de la ligne 7 du métro parisien, JEAN-FRANÇOIS MAUBOUSSIN/RATP

Tant qu'à subir le métro-boulot-dodo tous les jours, autant comprendre les coulisses souterraines de la RATP. Cette fois, sans la foule ! Le métro parisien ouvre ses entrailles pour permettre à ses usagers de comprendre comment il fonctionne. Ainsi le terminus de La Courneuve, sur la ligne 7, permet-il de suivre les opérations des centres de manœuvres et de maintenance. Qui fait partir un train ? Comment bloque-t-on les suivants en cas d'incident ? Les curieux peuvent même jeter un œil sur l'avancée des travaux de prolongement de la ligne 11, qui ouvrira cinq nouvelles



ÉCONOMIE · ÉNERGIES

La crise énergétique amène plus de touristes dans les centrales EDF

Le nombre de visiteurs des sites de l'énergéticien a bondi cette année. Une aubaine pour l'entreprise, qui en fait un redoutable outil de communication.

Par Jessica Gourdon

Publié le 11 janvier 2023 à 19h00 · Lecture 2 min · [Read in English](#)

[Ajouter à vos sélections](#)

Article réservé aux abonnés



EDF

En 2022, le livre le plus vendu en France n'est ni un *Astérix* ni un roman de Guillaume Musso. C'est une bande dessinée qui parle essentiellement... d'énergie. Les ventes exceptionnelles du *Monde sans fin* (Dargaud, 2021), de Christophe Blain et Jean-Marc Jancovici, témoignent de l'intérêt des Français pour ces questions, dont on n'a jamais autant parlé qu'en 2022. Cette curiosité se manifeste également sur le terrain : en cette année de crise énergétique, un nombre croissant de Français ont visité des sites de production d'électricité.

Ainsi, en 2022, EDF a recensé 500 000 visiteurs de ses sites ouverts au public (une centaine), dont 80 000 dans ses centrales nucléaires. Un chiffre en hausse de 28 % par rapport à la moyenne constatée avant la pandémie de Covid-19 (390 000 visiteurs). Quand bien même certains réacteurs sont à l'arrêt, les visites continuent de se succéder, en particulier à Gravelines (Nord), à Flamanville (Manche) et à Civaux (Vienne), les centrales les plus visitées de France. Le dispositif varie d'un site à l'autre, avec des espaces d'expositions, des conférences, des films ou des maquettes, mais aussi des promenades guidées, chaussures de sécurité et casque sur la tête, jusqu'aux salles des machines et simulateurs de pilotage du réacteur.

« Une meilleure image »

Pour EDF, ces visiteurs sont du pain bénit : des occasions en or pour faire la promotion de son modèle, de la sécurité des installations, de ses différents métiers... Un enjeu d'image, mais aussi de ressources humaines, alors que les centrales font face à de lourdes difficultés pour recruter, en particulier des ouvriers et des techniciens qualifiés.

EDF a analysé l'effet de ces visites : les touristes en sortent « avec une meilleure image de l'entreprise », explique Xavier Delerue, responsable du patrimoine chez EDF. Le public est toutefois moins diversifié qu'EDF ne l'espérait : on y trouve avant tout des hommes, CSP+, avec une moyenne d'âge élevée. L'entreprise essaie de cibler davantage les jeunes et tente de faire la promotion de ses visites auprès de l'éducation nationale. Elle a d'ailleurs développé un atelier de deux heures clés en main pour les enseignants.

Bonne santé du tourisme industriel

Ce nouvel intérêt pour les sites EDF témoigne aussi de la bonne santé du tourisme industriel, qui continue, à bas bruit, de se développer. « Aujourd'hui, 3 000 entreprises proposent des visites de leurs sites, contre 2 000 il y a cinq ans : beaucoup de PME, mais de plus en plus de grands groupes », affirme Cécile Pierre, déléguée générale de l'association Entreprise et découverte, qui recense les activités de tourisme industriel en France.

« Pour ces entreprises, c'est un moyen de communiquer sur leur responsabilité sociale et environnementale, d'établir des liens avec les habitants du territoire et de faire la promotion du made in France », poursuit la déléguée générale, qui travaille, en ce moment, avec Renault ou Petit Bateau pour créer des visites d'usine. Le Guide du routard y a aussi vu un filon et lancé un guide spécifique, décliné désormais en plusieurs éditions régionales.

Jessica Gourdon

Article complet : https://www.lemonde.fr/economie/article/2023/01/11/la-crise-energetique-amene-plus-de-touristes-dans-les-centrales-edf_6157491_3234.html?random=45042327



Entreprise et Découverte lance une campagne de communication « Rêves de visites » pour promouvoir le tourisme de savoir-faire (visite d'entreprise)

Le tourisme de savoir-faire a été fortement impacté par la crise sanitaire. Pour valoriser les savoir-faire français et

accompagner les entreprises dans la reprise d'activité, Entreprise et Découverte lance une campagne de communication nationale « Rêves de visites », du 16 juin jusqu'à la fin de l'été. L'objectif de cette campagne : inciter

les Français à (re)découvrir une Autre France, celle de l'artisanat, de l'industrie et du « made in France ».

« Rêves de visites », à la découverte d'une autre France



Cette année, alors que beaucoup de Français privilégieront des vacances en France, Entreprise et Découverte souhaite insuffler une nouvelle dynamique pour encourager le tourisme de savoir-faire à travers la campagne de communication « Rêves de visites ». Imaginée par l'agence UUS Studio, la campagne est incarnée par une Marianne « art nouveau », inspirée des affiches d'Alphonse Mucha, symbole de la Belle Epoque. On y retrouve différents attributs qui représentent les 5 secteurs d'activités :

l'industrie, la gastronomie, les vins & spiritueux, la cosmétique, l'artisanat et les métiers d'art. Ce visuel, volontairement impactant, fait écho à la culture, au « made in France », au patrimoine vivant des savoir-faire et à un tourisme plus engagé dans la découverte des

entreprises françaises et de leurs métiers. Un visuel générique est accompagné de 5 déclinaisons par secteur d'activité.

La campagne est déclinée en France à travers une communication digitale (réseaux sociaux, emailing, site internet), des partenariats médias et une diffusion print (affiches, flyers, carte postale). La campagne sera également diffusée par chaque entreprise membre du réseau. Vous pouvez d'ailleurs créer gratuitement vos campagnes de communication et vos carte de visite gratuite.

Le tourisme de savoir-faire, un tourisme porteur de sens

Toute l'année, des entreprises emblématiques du savoir-faire français ouvrent les portes de leurs usines et ateliers de production aux visiteurs. L'occasion de découvrir les secrets de fabrication de produits d'excellence dans les secteurs du luxe, de la gastronomie, de l'artisanat et de l'industrie. Réalisées par les salariés eux-mêmes, ces visites insolites sont aussi l'occasion de rencontrer les hommes et les femmes qui perpétuent ces savoir-faire uniques et de soutenir des filières locales ancrées sur le territoire.

Assister à la création des aiguilles à coudre à la Manufacture Bohin, suivre le paludier pendant la récolte du sel de

Guérande, comprendre les techniques de fabrication de la porcelaine de Limoges... Émerveillement garanti !



Les métiers d'arts

Le Mobilier National (les Gobelins, Lodève, Beauvais...), la Monnaie de Paris, la verrerie de Biot, la Coutellerie de

Laguiole, les Cristalleries de Saint-Louis, les Poteries d'Albi, les Santons Fouque, le Moulin à Papier de Brousses, les

Céramiques Sant Vicens ...

Visites gourmandes

Terre de Sel, l'Atelier du Piment, la coopérative oléicole L'Oulibo, la Cité du Chocolat Valrhona, les Calissons du Roy René, la conserverie la Belle-Iloise, les salaisons Oberti, la Fromagerie Graindorge, la Ferme marine de Cancale, La Ruche de Mary...

Dans les coulisses de la mode et du textile La Manufacture Bohin, les jeans 1083, les Tricots Saint-James, Aigle International, l'atelier de Soierie de Lyon, la Manufacture des parapluies de Cherbourg, la Cité de la Chaussure, Tissage Moutet, ...

Au coeur de l'industrie & de l'énergie

Les Chantiers de l'Atlantique de Saint-Nazaire, Airbus, le barrage-centrale de Génissiat (CNR), l'Aéroport Paris-Orly, De Buyer, Les Fonderies Sougland, Cristel, aménagement hydroélectrique et fluvial de Bollène (CNR), l'usine marémotrice de la Rance (EDF), la station de Lagunage de Rochefort, la centrale nucléaire EDF de Chinon, le barrage de Serre-Ponçon (EDF) ...

Immersion dans la parfumerie & cosmétique

La savonnerie Marius Fabre, les Parfumeries Fragonard, L'Occitane en Provence, Arôma'plantes, les Parfumeries Galimard, Odyssée Nature...

Dans l'univers des vins & spiritueux

Maison Rémy Martin, liquoristerie Giffard, le Cassissium, Palais Bénédicte, Champagne Taittinger, Cave de Byrrh, Cave de la Chartreuse, Cave Jaillance, Calvados Christian Drouin, la Veuve Ambal ...

A propos d'Entreprise et Découverte : Créée en 2012, Entreprise et Découverte est l'association nationale de la visite d'entreprise. Elle a pour mission le développement et la valorisation de la visite d'entreprise en France. Ce tourisme est aujourd'hui plébiscité par 15 millions de curieux, qui découvrent chaque année les métiers et les savoir-faire au coeur des ateliers et des usines françaises. Sites industriels et ateliers d'artisans, près de 2 000 entreprises ouvertes au public sont aujourd'hui référencées sur le site de l'association www.entrepriseetdecouverte.fr.

L'association est aussi partenaire du Routard pour la réalisation du guide Visites d'entreprise en France (édition 2019)

Avec la participation de : la Direction Générale des Entreprises, du Ministère de l'Economie et des Finances, la Direction de la Diplomatie Economique, du Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères, et le Ministère de la Culture.







» Agenda » 5es Rencontres nationales de la visite d'entreprise

MARDI 10 OCTOBRE 2023 - MERCREDI 11 OCTOBRE 2023

PARIS

5es Rencontres nationales de la visite d'entreprise

PARTAGER :  IMPRIMER 

Entreprise et Découverte et ses partenaires vous donnent rendez-vous les **10 et 11 octobre 2023** pour les **5es Rencontres nationales de la visite d'entreprise**.

Cet événement s'adresse à différents publics :

- Les entreprises du réseau **Entreprise et Découverte** ;
- Les professionnels du **tourisme public** (OT, CDT, CCI, CRT) **et privé** intéressés par le sujet ;
- Les entreprises régionales impliquées ou souhaitant ouvrir leurs portes au grand public.

Le 10 octobre sera rythmé par de nombreux temps d'échanges :

> **3 tables-rondes** seront animées par la journaliste Raphaëlle Duchemin, en présence de nombreux acteurs et experts de la filière :

- 10h30 : La visite d'entreprise au service du développement durable
- 11h45 : Les modèles économiques de la visite d'entreprise
- 14h30 : Répondre aux contraintes de la visite d'entreprise : la sécurité

> Elles seront suivies dans l'après-midi d'**un grand atelier**, animé par le Bercy Lab :

- 15h30 : La promotion et la commercialisation de l'offre

Ceux-ci auront lieu à Paris Bercy, au **ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique**.

Cette journée s'ouvrira en présence de **Olivia Grégoire**, ministre déléguée chargée des PME, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme.

Le mercredi 11 octobre, le matin, des **visites d'entreprises emblématiques d'Ile-de-France** seront organisées (sur inscription).

EN SAVOIR PLUS

<https://www.lemondedesartisans.fr/agenda/5es-rencontres-nationales-de-la-visite-dentreprise>

Recrutement, RSE : les bienfaits inattendus des visites d'entreprise 🧑🏻‍🔧

Le « tourisme de savoir-faire » est en plein essor dans l'Hexagone. Au-delà de l'aspect purement économique, ouvrir son atelier ou son usine aux visiteurs comporte des vertus sociales et sur le front du recrutement.

[Ajouter à mes articles](#) [Commenter](#) [Partager](#) [Environnement](#) [Lozère](#)



Dans l'Orne, Bohin fabrique depuis 190 ans des aiguilles à coudre. (Julie Limont)

Par **Vincent-Xavier Morvan**

Publié le 15 mai 2023 à 11:00 | Mis à jour le 15 mai 2023 à 12:09

Quelque 2.000 entreprises tricolores ouvrent leurs portes au public. Selon Entreprise et découverte, qui promeut depuis dix ans le tourisme d'entreprise, c'est, en termes d'offre et de distribution sur le territoire, une exception française. Le phénomène est même en plein essor. « Nous le voyons à travers le nombre d'entreprises qui viennent nous voir. Les sollicitations n'ont jamais été aussi importantes », témoigne Cécile Pierre, déléguée générale de cette association d'intérêt général.

Ce qui les incite à se convertir au « tourisme de savoir-faire » n'est pas seulement la promotion de leur production ou la volonté de transparence. C'est aussi la nécessité de soigner l'un des trois piliers de leur RSE, le social, parfois délaissé face aux enjeux sociétaux et environnementaux. Dans la Manche, à Saint-James, localité qui a donné son nom en 1889 à la célèbre entreprise de confection, Luc Lesénécal, son dirigeant, en est bien conscient. « Les salariés sont fiers qu'on vienne les voir. C'est une reconnaissance de leur travail », souligne-t-il. L'an dernier, 5.500 personnes ont appris, moyennant 5 euros (remboursés dès

Article complet : <https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/les-bienfaits-inattendus-des-visites-dentreprise-1943425>



Le Monde

ÉCONOMIE · TOURISME

Les vacances à l'usine, ou l'essor du tourisme industriel

Le nombre de visiteurs de sites industriels en France a grimpé de 40 % entre 2019 et 2022. Au-delà de l'aspect touristique, l'intérêt économique est réel pour les entreprises.

Par Marjorie Cessac

Publié le 22 juin 2023 à 12h00, modifié le 22 juin 2023 à 18h45 · Lecture 2 min.

[Ajouter à vos sélections](#)

Article réservé aux abonnés



Ouvrier au travail à la verrerie de Biot (Alpes-Maritimes), le 14 janvier 2023. VALÉRY HACHE / AFP

C'est une fabrique à bonbons perdue au cœur d'une vallée, au pied du col du Bonhomme, qui sépare les Vosges de l'Alsace, où les salariés, équipés d'un micro, commentent leurs tâches sous l'œil de visiteurs. En 2022, cette petite confiserie des hautes Vosges a reçu 260 000 touristes. C'est une verrerie célèbre, celle de Biot (Alpes-Maritimes), qui, la même année, a vu accourir pas moins de 450 000 personnes. Ce sont, aussi, les centrales nucléaires d'EDF. Avec 500 000 visiteurs, l'énergéticien est devenu la société qui a accueilli le plus de monde au sein de l'Hexagone.

Depuis trois ans, la visite d'entreprise connaît un fort développement en France. Alors qu'elles étaient 2 000 à ouvrir leurs portes au public en 2019, elles sont désormais 3 500. Avec près de 21 millions de visiteurs, soit 40 % de plus sur ces trois dernières années. « *Il y a vingt ans, les entreprises avaient pour principale motivation de faire de la vente directe, du marketing, de l'achat en boutique* », rappelle Luc Fauchois, président d'Entreprise et Découverte, une association qui se consacre à l'animation de ce réseau. Celle-ci vient de remporter un appel à projets auprès de la direction générale des entreprises afin d'augmenter plus encore le nombre de groupes, y compris auprès des étrangers. Ces derniers représentent 18 % des personnes accueillies.

« Fabriqué en France »

Si 95 % des entreprises concernées restent de très petites entreprises ou petites et moyennes entreprises, de plus en plus de grands groupes font valoir leur intérêt à l'idée d'ouvrir leurs portes. Stellantis à Rennes et Danone à Bailleul (Nord) s'y sont mises, tandis que Bonduelle et Boursin s'y préparent. Au rang des secteurs, l'agroalimentaire est le plus représenté (38 %), devant les vins, bières et spiritueux (24 %).

Derrière ces visites résident des enjeux économiques. Celui de promouvoir le « Fabriqué en France » par exemple. En faisant découvrir la conception de leurs produits, plus coûteux, les entreprises peuvent espérer plus d'acceptabilité de la part de la clientèle.

A l'heure où les pénuries de main-d'œuvre touchent presque tous les secteurs, c'est aussi un bon moyen de se faire connaître auprès des jeunes. « *Certaines directions se disent prêtes à ouvrir leurs portes, mais à la condition que cet accueil ne se fasse qu'auprès de scolaires ou d'étudiants* », souligne M. Fauchois. L'association a dans ses projets de proposer ses visites à des allocataires du RSA en Seine-Saint-Denis pour leur « *faire découvrir des métiers* ».

Après cette expérience, « *les clients deviennent fidèles, le bouche-à-oreille fonctionne* ». Pour certains groupes, ces visites peuvent se transformer en chiffre d'affaires sonnant et réverbérant. C'est le cas à la Confiserie des Hautes-Vosges, où la clientèle dépense en moyenne de 30 euros à 40 euros lors de son passage. « *Le magasin, c'est la locomotive de l'entreprise* », reconnaît sa PDG, Fabienne Picard, fille du fondateur.

https://www.lemonde.fr/economie/article/2023/06/22/les-vacances-a-l-usine-ou-l-essor-du-tourisme-industriel_6178723_3234.html

La visite d'entreprise a attiré plus de 20 millions de curieux en 2022

Entreprise et Découverte publie son nouveau baromètre

L'association Entreprise et Découverte, associée à la DGE, analyse régulièrement le marché de la visite d'entreprise, tourisme des savoir-faire ou tourisme industriel. Les dernières données montrent à quel point la filière a le vent en poupe.



Rédigé par Bruno Courtin le Mardi 27 Juin 2023



Lors de la présentation du dernier baromètre, la déléguée générale d'Entreprise et Découverte, Cécile Pierre, a rappelé que le secteur de la visite d'entreprise profite d'une conjonction de facteurs favorables (@BC)

En présentant les données du dernier baromètre, la déléguée générale d'[Entreprise et Découverte](#), Cécile Pierre, rappelle que le secteur de la visite d'entreprise profite d'une conjonction de facteurs favorables.

La sortie de confinement et les restrictions de voyage ont fait savoir aux Français qu'ils pouvaient partir à la découverte d'un riche patrimoine de proximité, accessible, pédagogique et ludique, voire gastronomique.

Les entreprises elles-mêmes ont découvert les enjeux bénéfiques de la visite organisée, comme un outil commercial efficace, un vecteur de communication sur l'image, les procédés, les techniques, le recrutement ; et un engagement de responsabilité sociale qui devient une priorité dans la stratégie de développement.

Visite d'entreprise : une forte augmentation des sites et des visiteurs

3500  entreprises en 2022.

une augmentation de 75% en 3 ans.

La France affirme et renforce sa place de leader de la visite d'entreprise, une véritable exception économique et culturelle française.

20 millions  de visiteurs

une augmentation de 40% en 3 ans en 2022.

En dépit d'une année COVID en 2022 (ouverture progressive des entreprises et des frontières, jauges réduites des groupes), le public a répondu présent. Les Français redécouvrent les entreprises de leurs territoires, une relation de confiance s'engage.



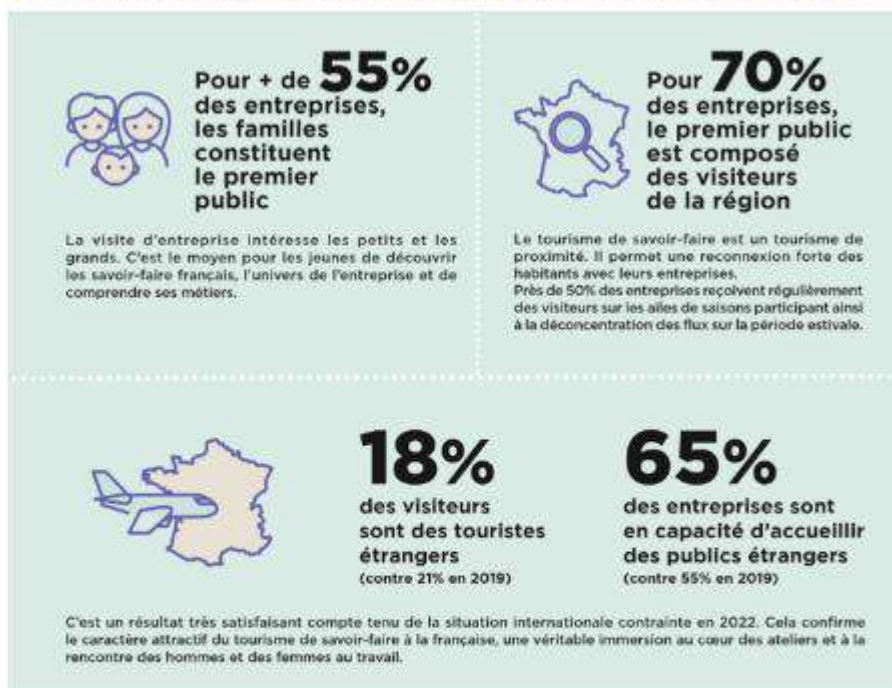
Les petites et moyennes entreprises constituent l'immense majorité de la filière

94% de TPE - PME **6%** ETI - GE

La Visite d'entreprise est l'outil privilégié des petites et moyennes entreprises. Pourtant 2023 est marquée par l'arrivée de grandes entreprises qui déploient leurs offres : Renault, Stellantis, Bandoelle, Petit Bateau, Danone, Boursin...

Entreprise et Découverte compte désormais 3 500 membres - E&D

Les grandes entreprises sont de plus en plus ouvertes à la visite



Si plus de 80% sont des visiteurs nationaux, déjà 18% sont des touristes étrangers @E&D

Si une très grande majorité de ces entreprises sont des PME-TPE (94%), les grands noms sont de plus en plus concernés, dans la foulée d'EDF qui a fait figure de pionnier en la matière, notamment pour désacraliser le nucléaire.

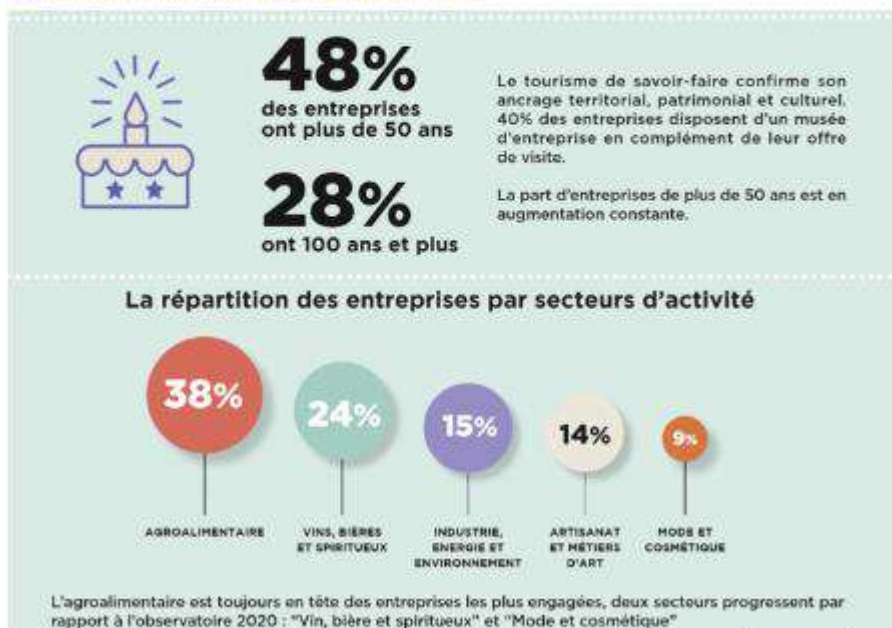
Parmi les nouveaux adhérents d'Entreprise et Découverte, on trouve des noms comme Renault, Stellantis (Peugeot Citroën), Bonduelle, Petit Bateau, Danone ou Boursin.

Il est aussi intéressant de noter le caractère quasi « patrimonial » des fleurons de la visite, puisque près de la moitié des entreprises adhérentes ont plus de 50 ans et près d'un tiers plus de 100 ans.

D'ailleurs, un bon tiers des entreprises qui ouvrent leurs portes ont installé un musée sur l'histoire des fondateurs, des produits et des techniques.

Lire aussi : [Le Musée du savon de Marseille, fervent défenseur d'un savoir-faire traditionnel](#).

Les confiseries font la course en tête



Le secteur de l'agroalimentaire est le mieux représenté dans le tourisme des savoir-faire @E&D

Sans grande surprise – on est en France après tout – c'est le secteur de **l'agroalimentaire qui est le mieux représenté dans le tourisme des savoir-faire** : biscuiteries, confiseries, conserveries, chocolateries arrivent facilement en tête avec, à leur suite, les brasseries, distilleries... Mais de plus en plus, le secteur industriel se met en avant, de même que les métiers d'art, la mode et les cosmétiques.

Pour mémoire, **la fabrique d'aiguilles Bonin** dans l'Orne rafle tous les prix de visite d'entreprise, **la parfumerie Fragonard** à Grasse est ouverte à la visite depuis 1936 et ne publie pas ses chiffres de fréquentation pour ne pas rendre jaloux ses confrères.

Avec la **Direction Générale des Entreprises** (DGE), Entreprise et Découverte veut continuer **d'ouvrir le panorama des visites d'entreprises aux secteurs industriels**.

Ensemble, ils ont repéré **150 « pépites »** dans **l'aéronautique, l'automobile, le textile** qu'ils vont progressivement approcher pour les faire entrer dans le cercle du tourisme industriel.

Entreprise et Découverte travaille étroitement avec les CRT

Aujourd'hui, le tourisme des savoir-faire est **une filière reconnue à part entière** et qui fait l'objet de toutes les attentions des collectivités territoriales, notamment dans leur stratégie du tourisme de proximité.

Entreprise et Découverte, dans le cadre de l'Appel à projets remporté il y a deux ans, travaille étroitement avec **11 comités régionaux de tourisme CRT**. L'association est déjà en mesure de décliner son baromètre par région et travaille sur la possibilité d'en faire **une déclinaison par filière**, et idéalement d'identifier le chiffre d'affaires générés par les visites, les achats, les ateliers...



Les grandes entreprises se joignent au mouvement (@Airbus)

Près d'un tiers des adhérents a déjà dépassé le stade de la simple visite en proposant **des activités « créatives »**, comme un assemblage de parfums au musée Fragonard à Paris.

L'association travaille désormais avec la start-up Wecandoo, qui propose des ateliers chez les artisans et les PME pour les individuels et pour les groupes.

Lire aussi : **Wecandoo prend son envol à l'international et vise des partenariats B2B**

Une filière qui dégage des retombées profitables à tous



Avec son baromètre, *Entreprise et Découverte* veut faire la démonstration de l'intérêt économique du modèle @E&D

A travers son baromètre et les informations récoltées, *Entreprise et Découverte* veut faire la démonstration de **l'intérêt économique du modèle**.

De plus en plus, en associant le prix d'entrée, les dépenses en boutique, les ateliers créatifs... les retombées sont largement profitables et justifient de **dédier une personne uniquement pour les visites**. L'enjeu est important pour passer d'un certain amateurisme bon enfant à une professionnalisation rentable.

Quand la ministre du Tourisme propose un **plan pour lutter contre le surtourisme**, *Entreprise et Découverte*, un peu déçue de ne pas y avoir été associée, brandit ses statistiques et ses caractéristiques : **étalement sur toute l'année, diffusion des entreprises sur tout le territoire, attractivité hors des littoraux surpeuplés**...

Si plus de 80% sont des visiteurs nationaux, déjà **18% sont des touristes étrangers**. Les deux tiers des entreprises adhérentes sont capables de faire **des visites en langue étrangère** et le développement est en marche avec un peu d'encouragement. Elles n'étaient que 55% en 2019 à pouvoir le faire...



Faire visiter son entreprise c'est tendance !

Par Juliette Bergé | Publié le 23/06/2023

Prêt à faire le guide ?



Seriez-vous prêt à expliquer votre travail devant des groupes de touristes venus visiter votre entreprise pour la journée ? De plus en plus de salariés ont tenté l'expérience. D'après le quotidien [Le Monde](#) qui consacre un article à cette tendance, le nombre d'entreprises ouvrant leurs portes au public est en hausse. Un moyen de faire connaître des métiers artisanaux ou industriels et d'attirer les candidats !

Visite d'une verrerie ou d'une centrale nucléaire : il y en a pour tous les goûts !

Aujourd'hui ce sont près de 3 500 entreprises qui ouvrent leur porte au public dans le but de promouvoir leur savoir-faire. Et le succès est au rendez-vous ! 21 millions de visiteurs ont franchi les portes d'une entreprise cette année, soit une augmentation de 40% au cours de ces trois dernières années.

De la petite entreprise familiale d'artisanat au grand groupe industriel, l'engouement des visiteurs reste le même. Le Monde cite l'exemple d'une verrerie située à Biot dans les Alpes Maritimes qui a accueilli près de 450 000 personnes cette année mais d'autres entreprises en dehors de l'artisanat connaissent aussi un engouement parfois inattendu !

Saviez-vous par exemple que les centrales nucléaires se visitaient tout comme l'usine marémotrice de la Rance situé près de Saint-Malo ? « Avec 500 000 visiteurs, l'énergéticien EDF est devenu la société qui a accueilli le plus de monde au sein de l'Hexagone » explique le quotidien.

De grands groupes agroalimentaires se mettent également à accueillir des visiteurs comme Danone dans le Nord. Il est aussi possible de visiter le plus grand marché de France, situé à Rungis près de Paris et qui emploie plusieurs milliers de personnes. Un [site](#) recense d'ailleurs toutes les entreprises ouvertes au public selon les régions ou les secteurs d'activité.

8 vraies bonnes raisons d'aimer son job !

Une réponse à la pénurie de main-d'œuvre

Pour les entreprises, ces visites sont un bon moyen de faire découvrir un savoir-faire mais aussi de valoriser une production française. « En faisant découvrir la conception de leurs produits, plus coûteux, les entreprises peuvent espérer plus d'acceptabilité de la part de la clientèle » note le journal.

La découverte d'une entreprise et de ses différents métiers permet aussi d'attirer des nouveaux profils alors que les difficultés de recrutement sont une réalité pour de nombreux employeurs. Le public visé : les jeunes principalement qui sont amenés à faire un choix d'orientation professionnel dans les prochaines années.

Enfin, ces visites permettent aux entreprises d'arrondir leurs chiffres d'affaires. Eh oui, comme tout site touristique, elles bénéficient des ventes de souvenirs. Certaines proposent même une boutique spécifique avec des produits à l'effigie de l'entreprise. Et vous, quel goodie aimeriez-vous ramener de la vôtre ?

<https://www.hellowork.com/fr-fr/medias/visite-entreprise-tourisme-industriel.html>



LE FIGARO

jeudi 4 juillet 2023 LE FIGARO - N° 24 530 - Cahier N° 4 - Ne peut être vendu séparément - www.lefigaro.fr

LE FIGARO entrepreneurs



L'ENTREPRISE DU MOIS
RENCONTRE AVEC LES FONDATEURS
DES BASKETS VEJA
PAGES 44 ET 45

MANAGEMENT
LA SOCIÉTÉ D'INTERIM
GROUPE LIP OUVRE SON
CAPITAL À SES SALARIÉS
PAGE 42

ÉDITORIAL

Une case en plus



Ces financiers à impact positif

Lauro Lignon, directrice générale de Terre & Fils, et Jean-Sébastien Decaux, président fondateur.

S'ils veillent à la rentabilité, ils sont également soucieux de l'effet de leurs investissements sur l'environnement, les salariés, l'emploi ou les territoires. PAGES 38 à 41

L'exercice, dans sa forme la plus classique, est assez simple. C'est affaire de chiffres, d'études de marché, de cash-flows actualisés. On investit dans une entreprise pour l'accompagner sur les chemins de la croissance. Si tout se passe bien, si le dirigeant fait son travail comme prévu, si le client est au rendez-vous, l'histoire se soldé par une plus-value pour les investisseurs. L'argent ainsi gagné est réinjecté dans le circuit pour financer de nouvelles activités.

Cette mécanique se complique depuis quelques années. Il n'est plus seulement question de chiffre d'affaires et de bénéfices, mais aussi d'impact, de responsabilité sociétale, d'externalités négatives, de bilan carbone, de critères ESG - environnementaux, sociaux et de gouvernance. Cela vaut pour les fonds actionnaires de sociétés cotées en Bourse comme pour le capital investissement qui finance start-up et PME.

L'activité d'une entreprise n'affecte pas que ses clients, ses salariés et ses actionnaires, mais la planète entière, qui se réchauffe très vite. Les dirigeants comme leurs bailleurs de fonds se soucient désormais de critères extra-financiers. Ils doivent, d'une manière ou d'une autre, apprendre à les quantifier et leur réserver une case dans le tableau Excel du business plan.

BRUNO JACQUOT

Le prochain numéro de «Figaro entrepreneurs» paraîtra le 5 septembre

LA VIE DE BUREAU

Sur la piste des aventuriers de la Défense

Dans Paris intra-muros, les bicyclettes ont désormais leurs autoroutes. Mais si un cycliste francilien téméraire s'aventure au-delà du périphérique, il plonge dans un véritable thriller... Un exemple? Il suffit de passer le pont de Neuilly et d'aborder le quartier d'affaires de la Défense. L'application intelligente Citymapper semblait pourtant proposer un trajet idoine d'à peine quarante minutes pour rejoindre Bois-Colombes, depuis le 15^e arrondissement, afin d'y honorer un rendez-vous. Les vingt premières minutes sont idylliques : quais de Seine, bois de Boulogne. Vient ensuite le moment où le voyage bascule dans une autre dimension. L'entrée dans la Défense, que l'application - pourtant dite «intelligente» - décide de faire traverser.

Il faudra rouler sur des trottoirs, salommer prudemment entre les piétons en costume et subir, à raison, des regards courroucés. Finalement, on arrive à bon port, sain et sauf mais avec un gros quart d'heure de retard. « Vous ne travaillez pas à la Défense et vous osez traverser le quartier à vélo! Vous menez une vie dangereuse », s'amuse notre interlocuteur. Sa réaction révèle plusieurs choses. Malgré les efforts déployés durant ces dernières années pour installer des pistes cyclables et autres infrastructures «vélo-compatibles», la Défense demeure un enfer pour tous les malheureux cyclistes qui se connaissent pas - ou mal - le quartier où la logique cartésienne s'efface devant celle de Lewis Carroll. Ceux qui travaillent à la Défense et s'y rendent chaque jour à bicyclette ont appris toutes les astuces et les réflexes pour éviter de s'y perdre... Une idée : pour le prochain rendez-vous dans le quartier d'affaires : engager un guide local. C'est ce que font tous les grands explorateurs.

Il faudra rouler sur des trottoirs, salommer prudemment entre les piétons en costume et subir, à raison, des regards courroucés

Alors de retrouver le bon chemin. Il s'agit de prendre un sens interdit et de s'insérer dans des bretelles de périphérique désertes qui semblent laissées en jachère. Le trajet professionnel à vélo se transforme en expérience d'exploration urbaine!

QUENTIN PERNEL
@quentinpernel

La visite d'entreprise, c'est du tourisme durable

CORINNE CALLAUD
@corinnecallaud

Avec 20 millions d'entrées l'an dernier, soit 5 millions de plus qu'en 2019, la visite d'entreprise est en nette progression, selon les chiffres de l'observatoire de l'association Entreprise et découverte. Et les acteurs de cette filière n'entendent pas en rester là. À l'heure où le gouvernement vient de lancer un plan national pour gérer les pics de surfréquentation, « le tourisme de savoir-faire coche toutes les cases du tourisme durable », affirme Eric Fabre, directeur général de la maison de parfum Fraganoard, pionnière en matière d'accueil du public.

des entreprises. Le public régional, particulièrement présent (pour plus de 70 % des sociétés), a la particularité de renouveler ses visites, se faisant ambassadeur des entreprises de son territoire. « Le tourisme de savoir-faire fait partie de notre offre culturelle et de notre patrimoine au même titre que les musées et les châteaux. C'est la meilleure promotion de notre marque pure », assure Cécile Pierre, déléguée générale d'Entreprise et découverte.

De fait, les 3 500 entreprises qui ouvrent leurs portes, dont 94 % sont des TPE et PME, veulent profiter de ces rencontres pour capter, en plus de leurs compétences, leurs engagements sociétaux, environnementaux et leurs valeurs, afin de donner envie aux jeunes de les rejoindre. D'autant que, si la fréquentation étrangère (18 %) a diminué en 2022, à la suite de la pandémie de Covid-19, les familles constituent le premier vivier de visiteurs pour plus de 55 %

C'est aussi un enjeu commercial de poids, puisque 85 % des sociétés ont une boutique, certaines réalisant jusqu'à 30 % de leur chiffre d'affaires grâce à la visite d'entreprise. Comparé aux achats sans visite préalable, le panier moyen, après avoir fait le tour de l'entreprise, était en hausse de 30 % l'an dernier. Si EDF, tous sites confondus, caracole en tête des sociétés les plus visitées de France avec 500 000 entrées, les TPE ne sont pas en reste. Arrivent en tête de cette catégorie la Ferme des Cara-Meuh (70 000 visiteurs - 150 000), la Savonnerie marseillaise de la Licorne (130 007), et les Fontaines pétrifiantes de Saint-Nectaire (63 710).

KARINE LE CLAUZ-CHASSAGNE POUR LE FIGARO, VEJA



Un groupe de visiteurs devant la réplique d'un tableau de commande de réacteur nucléaire au Bugey / Image : Entreprise et Découverte
Lorraine VERON 6 Jul 2023

Ce géant de l'énergie est l'entreprise la plus visitée de France

Si vous cherchez une activité originale cet été, pourquoi ne pas découvrir un des sites d'EDF ? Selon une étude qui vient de paraître, l'énergéticien français est l'entreprise la plus visitée de France en 2022.

En famille ou entre amis, vous recherchez une activité insolite pendant vos vacances estivales ? Plongez au cœur d'un des nombreux sites d'EDF présents sur tout le territoire. Le groupe propose de plusieurs visites que l'on peut réserver en ligne directement sur [son site dédié](#). Une programmation estivale spéciale est même prévue du 1^{er} juillet au 31 août.

Alors que peut-on voir réellement grâce à ces visites ? En fonction de la région choisie, vous pouvez opter pour différents types d'installations : hydraulique, nucléaire en activité ou en déconstruction, ou centrale thermique par exemple. Vous pourrez ainsi partir à la découverte d'un barrage hydroélectrique ou d'une centrale nucléaire en profitant d'une visite commentée.

Par exemple, au sein du barrage de l'Aigle, dans le Cantal, trois formules sont possibles : une visite guidée du belvédère, une histoire racontée du barrage ou une visite libre de la baraque de l'Aigle. Pour cette dernière, vous découvrirez la reconstitution d'un logement qu'un ouvrier pouvait occuper lors de la construction du barrage, pendant la Seconde Guerre mondiale. À la centrale nucléaire de Chinon, vous pourrez participer à un escape game intitulé « Retour vers le Labo » ouvert jusqu'au 31 décembre 2023.

42 centrales électriques visitables en France

En tout, 42 installations sont proposées à la visite partout en France, sur réservation. Et tout est gratuit (même l'escape game !). Attention tout de même : il existe des restrictions d'âge (souvent à partir de 8 ans pour les sites hydrauliques et 12 ans pour les centrales nucléaires) et les sites ne sont généralement pas accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).

Au vu de l'offre proposée et de la répartition des sites EDF, ce n'est pas étonnant qu'elle soit reconnue comme la plus visitée de France. Selon [l'étude de l'observatoire 2023 de la visite d'entreprise](#), publiée par l'association « Entreprise et Découverte », EDF est en effet à la première place des entreprises les plus visitées de France, tous sites confondus, avec 500 000 visiteurs en 2022.

À LIRE AUSSI

Ce gigantesque projet de stockage d'électricité que la France a mis de côté

L'étude a permis de recenser sur le territoire 3 500 entreprises qui proposent des visites au public en 2022, ce qui représente une augmentation de 75 % en 3 ans. En tout, ce sont 20 millions de visiteurs (soit une hausse de 40 % en trois ans) qui ont profité des visites d'entreprises partout en France.

Pour EDF, ouvrir ses installations au public est d'abord un moyen de faire connaître ses métiers au grand public, et pourquoi pas de susciter des vocations chez les plus jeunes. Mais c'est aussi un outil de communication qui permet d'améliorer son image de marque auprès des particuliers.

<https://www.revolution-energetique.com/ce-geant-de-lenergie-est-lentreprise-la-plus-visitee-de-france/>



Nathalie Schraen-Guirma avec Jean Pierre Cauchy, Marie Cario

16 JUILLET 2023

C'EST ÇA LA FRANCE



➤ Accéder au replay : <https://www.sudradio.fr/programme/cest-ca-la-france?season=2023>



Rendez-vous à l'usine pour vos vacances

17/08/2023 à 13h17 - 5 min - 10 images

On se croirait à l'ouverture d'un parc d'attractions, ici, les machines vrillent, mais ce ne sont pas des manèges. Nous sommes dans une usine de bonbons. Tous les jours, ici, près de 500 vacanciers se passionnent pour la fabrication de confiseries. En pleine confection de bonbons, un artisan commente sa recette, son savoir-faire impressionnant.

L'activité plaît aussi au père-annuaire, ici, la visite est gratuite, mais se termine par un tour en magasin. C'est l'occasion de rapporter quelques souvenirs de vacances. Le panier moyen est à 24 euros, la bonne affaire, mais ça l'est aussi pour le commerçant.

Beaucoup d'entreprises proposent ce genre de visites dans l'hexagone, comme à Dambach-la-Ville (Bas-Rhin), en Alsace, où une trentaine de curieux sont venus emprunter les détails d'une paire de chaussettes. Comme eux, quinze millions de visiteurs explorent chaque année le patrimoine industriel français. L'Usine prévoit d'ouvrir un musée de la chaussette très prochainement. L'album photos des vacances promet d'être étonnant.

TF1 | Reportage T. Copieux, L. Cloutepierre

<https://www.tf1info.fr/player/35dc6feb-1bd6-4d2a-ad9d-7640a0f63fa8/>



Tourisme : les Français délaissent les plages pour visiter des industries

Publié le 29/08/2023 21:31

🕒 Durée de la vidéo : 1 min



France 2 - M.Martel, B.Six, V.Cruard, France 3 Normandie, J.Pires
France Télévisions

Les visiteurs étrangers sont revenus en masse visiter la France, de quoi dynamiser le tourisme. 88 % des Français ont aussi choisi la France. Certains ont été attirés par le tourisme industriel.

Des ouvriers travaillent désormais sous le visage attentif de vacanciers en visite à l'usine. Automobiles, agroalimentaire, avec parfois des cours pratiques, le tourisme industriel séduit de plus en plus comme dans une brasserie du nord de la France, visitée par les équipes de France 2. Les vacances sont désormais studieuses pour les touristes. La bière n'a désormais plus de secret pour les visiteurs qui peuvent se rendre compte du travail effectué par les ouvriers.

La centrale de Flamanville à l'honneur

À la fin du parcours, les amateurs peuvent déguster ou acheter. En tout, ils dépensent en moyenne 30 euros. Les billets pour un tourisme industriel s'arrachent partout en France, alors que nombreux sont les Français à délaisser la plage pour s'aventurer dans des lieux jamais visités comme la centrale de Flamanville (Manche). Pour avoir ce type de vacances, mieux vaut réserver en avance.

Tourisme industriel : Cinq spots remarquables pour découvrir des savoir-faire en France

MADE IN FRANCE Textile, agroalimentaire, industrie... De nombreuses usines valorisent leur production en ouvrant leurs portes au public

C.F. avec F.B. | Publié le 07/08/23 à 08h02

9 COMMENTAIRES 7 PARTAGES



Visite de la cale de construction des Chantiers de l'Atlantique, à Saint-Nazaire. — L'Humière/ Saint-Nazaire Renversante



Ecouter cet article | Tourisme industriel : Cinq spots remarquables pour découvrir des savoir-f 00:00

Quand on a terminé toutes ses lectures, rempli 1000 grilles de mots croisés, arpenté tous les chemins de randonnée de la région et visité les musées les plus confidentiels du coin, il est temps d'imaginer d'autres visites pendant les vacances. Le tourisme industriel attire de plus en plus de curieux, avides de découvrir les coulisses de grandes industries françaises comme le fonctionnement d'une usine locale. L'association **Entreprise et Découverte** annonce 15 millions de visiteurs chaque année sur les 2.000 sites qu'elle recense. On a sélectionné cinq sites industriels qui méritent le détour sont peut-être à proximité de votre lieu de villégiature.

Au plus près des géants des mers en construction

Saint-Nazaire, Loire-Atlantique

Les paquebots géants conçus par les Chantiers de l'Atlantique font la fierté de Saint-Nazaire depuis plus de soixante-dix ans, et, malgré l'intense activité industrielle, il est possible d'observer leur construction de très près. Des visites commentées sont en effet organisées par l'office de tourisme. Une demi-douzaine de créneaux sont proposés chaque jour en été, sur réservation. Les visiteurs découvrent la plupart des étapes, pénètrent dans l'atelier de découpe et entrent même dans la spectaculaire cale d'assemblage surmontée par ses deux immenses portiques. Il n'est pas possible, en revanche, de monter à bord d'un paquebot en construction. La visite, qui n'est pas accessible aux enfants de moins de 7 ans, attire plus de 45.000 personnes chaque année, dont 15 % d'étrangers. Tarifs : de 9,50 à 19 euros les deux heures. Plus de 120 paquebots sont déjà sortis des chantiers navals de Saint-Nazaire, à une cadence de deux par an en moyenne.

À LIRE AUSSI



24/06/23 | NOS RÉGIONS ONT DU TALENT
Vacances en France : Viens, je t'emmène découvrir Lille.



23/06/23 | ECONOMIE CIRCULAIRE
Réemploi : La consigne du verre va faire son retour en France



17/06/23 | NOUVEAU CHAPITRE
Rennes : L'une des plus belles librairies de France continue de faire des...

+ D'ACTU

< 1 SUR 2 >

➤ **Article complet :** <https://www.20minutes.fr/tempo/escapade/4046441-20230807-tourisme-industriel-cinq-spots-remarquables-decouvrir-savoir-faire-france>

REPORTAGE

Tourisme d'entreprise : l'autre sortie en boîte de l'été

REPORTAGE. Des milliers d'entreprises en France s'ouvrent au public pour mettre en avant leur savoir-faire. Un tourisme qui bat son plein notamment à Airbus Atlantic et aux chantiers navals, à Saint-Nazaire.

De notre correspondant à Nantes, Charles Guyard

Publié le 26/08/2023 à 14h00, mis à jour le 28/08/2023 à 07h00



Interdiction de prendre des photos pendant la visite de la compagnie Airbus. © FARID MAKHLOUF L'HUMIERE

Temps de lecture : 4 min

Ajouter à mes favoris

Google News

Commenter

Partager

Au micro du bus qui transporte la petite cinquantaine de passagers, Pablo prévient d'emblée : « Ce n'est pas une visite touristique comme les autres. » Cet après-midi-là, le programme ne prévoit effectivement pas de déambuler dans un musée ou un monument historique mais au sein même d'un fleuron industriel, Airbus Atlantic, situé à Montoir-de-Bretagne, près de Saint-Nazaire.

Aussi, lorsqu'après une dizaine de minutes de trajet, le véhicule pénètre sur l'immense site de 17 hectares de l'avionneur, un agent de sécurité monte à bord pour vérifier les pièces d'identité, obligatoires, de tout le monde. Quant à la photo souvenir, impensable ! À partir de maintenant, la consigne est claire : toute prise de vue est formellement interdite, par conséquent, les téléphones portables doivent rester éteints ou, et c'est de circonstance ici, en mode avion. « Airbus est très strict avec cela, reprend le guide. Il y a un certain secret industriel à conserver et je rappelle qu'il y a aussi un peu de constructions militaires. Enfin, il y a la question des droits à l'image pour les gens qui travaillent. »

- **Article complet :** https://www.lepoint.fr/economie/tourisme-d-entreprise-l-autre-sortie-en-boite-de-l-ete-26-08-2023-2532868_28.php#11



«Je préfère ça à un musée classique» : à Saint-Nazaire, le succès du tourisme d'entreprise



Charles Guyard (à Saint-Nazaire) / Crédit photo : REMY GABALDA / AFP • 09h37, le 26 août 2023

Il n'y a pas que sur la plage, en montagne ou dans les musées qu'on peut passer du temps en vacances. C'est possible aussi de le faire en entreprise. Des visites sont organisées un peu partout en France. Objectif : découvrir le savoir-faire et le patrimoine industriel du pays, comme à Airbus à Saint-Nazaire.

REPORTAGE

La fameuse visite guidée, un incontournable de l'été. Ce jour-là, au micro du bus, Pablo prévient toutefois la cinquantaine de vacanciers. "Bonjour à tous. On va passer deux heures ensemble. Par contre, aujourd'hui, ce n'est pas une visite touristique comme les autres", annonce-t-il. En effet, ce n'est pas dans un musée que le groupe se rend, mais bien [sur le site d'Airbus](#) où sont assemblés les avions. Et ici, les règles sont strictes : pas question notamment de sortir son appareil photo.

<https://www.europe1.fr/societe/je-prefere-ca-a-un-musee-classique-a-saint-nazaire-le-succes-du-tourisme-dentreprise-4200253>



🏠 » Actualités » Le top 10 des entreprises les plus visitées en France

TOURISME DE SAVOIR-FAIRE

Le top 10 des entreprises les plus visitées en France

Le 10/08/2023 par Cécile Vicini

Le tourisme de savoir-faire est porteur : selon les chiffres communiqués par Entreprise et Découverte, l'association nationale de la visite d'entreprise, près de 3.500 structures ont ouvert leurs portes et 20 millions de visiteurs ont répondu présent, rien que sur l'année 2022. Parmi elles, 94% de TPE et PME pour qui l'accueil du public est devenu un axe stratégique en matière de communication et de commercialisation...

PARTAGER : [Twitter](#) | IMPRIMER



En 2022, 20 millions de curieux ont franchi les portes de 3.500 entreprises françaises. Ce succès n'est pas un hasard : le tourisme de savoir-faire est **une exception économique et culturelle française**.

Pour les entreprises, les bénéfices sont nombreux :

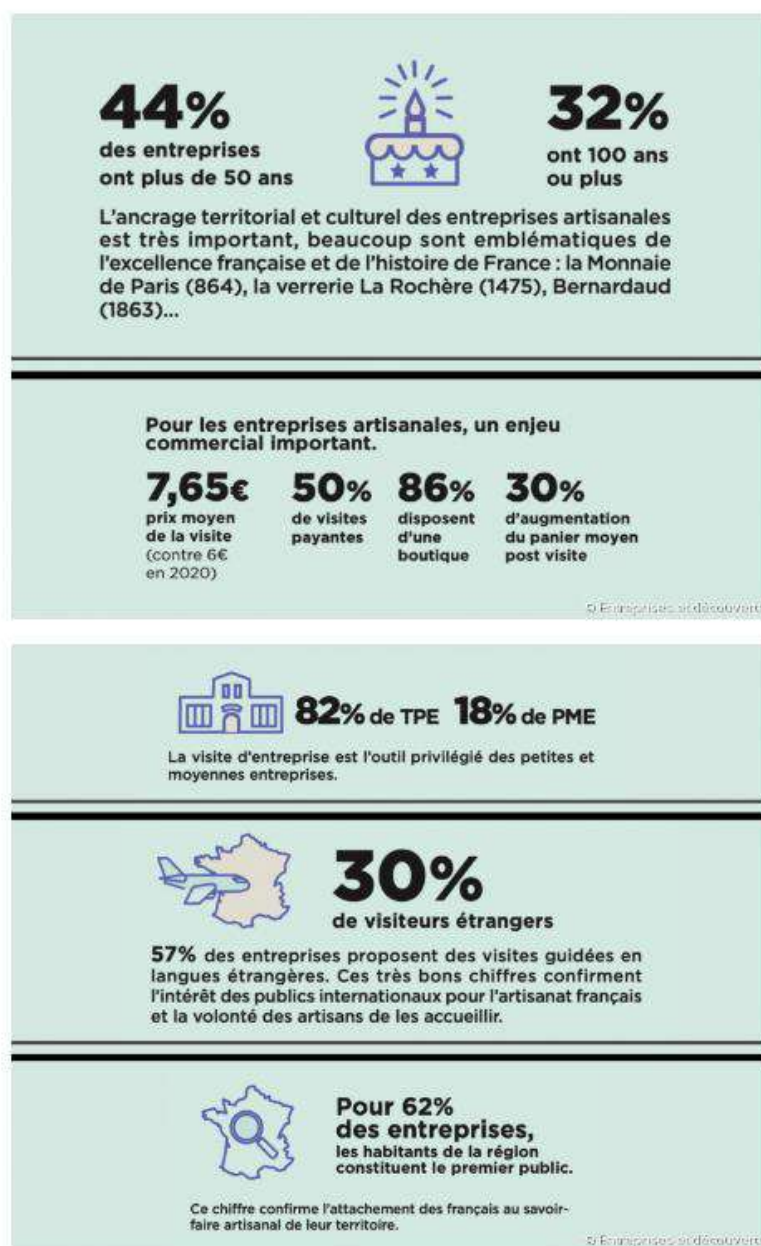
- La vente en direct (entrée payante, boutique...),
- Une relation enrichie avec les clients,
- La fidélisation,
- L'encouragement à une consommation plus responsable,
- L'ancrage dans les territoires et le patrimoine, notamment avec les entreprises labellisées du Patrimoine Vivant),
- La sensibilisation aux enjeux stratégiques de transmission et d'attractivité des métiers.

Cet engouement pour le savoir-faire français sur le plan national, mais aussi international, est intégré à la nouvelle **stratégie nationale du Gouvernement en faveur des métiers d'art**, à laquelle Entreprise et Découverte est associée.

Quelles sont les 10 entreprises françaises les plus visitées (toutes catégories confondues) ?

1. EDF (tous sites) avec **500.000 visiteurs**,
2. Verrerie de Biot - Biot (06), Provence-Alpes-Côte d'Azur, avec **450.000 visiteurs**,
3. Confiserie des Hautes-Vosges - Plainfaing (88), Grand Est, avec **260.000 visiteurs**,
4. Cave de Gan Jurançon - Gan (64), Nouvelle-Aquitaine, avec **213.000 visiteurs**,
5. Confiserie Bressaude - La Bresse (88), Grand Est, avec **185.000 visiteurs**,
6. Les Salins d'Aigues-Mortes - Aigues-Mortes (30), Occitanie, avec **170.000 visiteurs**,
7. Biscuiterie de la Pointe du Raz - Plogoff (29), Bretagne, avec **166.650 visiteurs**,
8. Conserverie Courtin - Trégunc (29), Bretagne, avec **153.300 visiteurs**,
9. Maison Pèlerin - Beauvoir (50), Normandie, avec **140.000 visiteurs**,
10. Biscuiterie de Pont Aven - Pont Aven (29), Bretagne, avec **138.420 visiteurs**

Quelques chiffres propres au secteur "Artisanat et métiers d'art"




EN SAVOIR PLUS



Artisans, développez votre entreprise dans le tourisme de savoir-faire

Le 04/08/2023 par Cécile Vicini

En 2022, 10 régions "lauréates" ont répondu à l'appel à manifestation d'intérêt "Tourisme de savoir-faire" pour soutenir le développement de la filière. Une initiative impulsée par Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'Industrie, et d'Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme...

PARTAGER : [X Post](#) | IMPRIMER 



Le tourisme de savoir-faire, propre à la France, diffuse les valeurs d'un tourisme plus durable, ancré dans les territoires.

Il permet dans le même temps de **valoriser les savoir-faire**, tout en dopant l'économie et en devenant un outil d'attractivité pour le recrutement et la transmission.

Une préparation de longue haleine

Avec le plan "**Destination France**" lancé en 2021, l'État s'était engagé à "**valoriser les atouts touristiques français**".

Comment ? En stimulant le développement de la filière du tourisme de savoir-faire, pour doubler le nombre d'entreprises ouvrant leurs portes au public sur une période de 5 ans.

Objectif ? Renforcer la connaissance des filières locales et l'attractivité de ces secteurs d'activités auprès des Français.

Les régions (et leur projet de développement de la filière sur leur territoire) qui ont remporté cet appel à manifestation d'intérêt sont :

- Auvergne-Rhône Alpes,
- Bourgogne Franche-Comté,
- Bretagne,
- Centre Val de Loire,
- Grand Est,
- Hauts-de-France,
- Normandie,
- Nouvelle-Aquitaine,
- Provence-Alpes-Côte d'Azur,
- Pays de la Loire.

Alors comment va être mis en œuvre ce plan et ces objectifs ?

Tout d'abord, "Destination France" dispose d'un fonds "Tourisme de savoir-faire" **s'élevant à 5M€.**

Cette enveloppe servira à accompagner entre 100 et 150 nouvelles entreprises, TPE et PME ayant une activité productive tous secteurs confondus, "en soutenant financièrement des services de conseils, d'études, formation, communication, équipements et investissements nécessaires pour mettre en place l'accueil du public".

Son déploiement sera confié aux Régions citées ci-dessus, sous réserve d'un cofinancement du Fonds à leur charge :

- Des conventions ont été signées entre la DGE (Direction générale des entreprises) et les 10 Régions fin juillet **et prévoient le versement de 500 k€ à chacune de ces régions.**
- En contrepartie, elles se sont chacune engagées à abonder le Fonds au minimum de 140 k€ et à soutenir entre 10 et 20 entreprises.

Les conventions signées, **les Régions peuvent sélectionner les entreprises qui souhaitent s'ouvrir au public et obtenir un financement.**

Votre entreprise artisanale est située dans l'un des territoires "lauréats" et vous souhaitez vous lancer dans le tourisme de savoir-faire ? Contactez votre conseil régional pour en savoir plus !

Selon les données transmises par le ministère de l'Économie et des Finances, le tourisme de savoir-faire est une spécificité française qui a attiré 20 millions de visiteurs en 2022. Un nombre croissant d'entreprises s'ouvrent au public : 2.000 en 2019 et 3.500 en 2022.

<https://www.lemondedesartisans.fr/actualites/artisans-developpez-votre-entreprise-dans-le-tourisme-de-savoir-faire>

Tourisme : usine et gourmandise au programme des vacances

Publié le 09/08/2023 17:14

Durée de la vidéo : 1 min



France 3 - A. Robini, France 3 Régions, N. Jauson
France Télévisions

En France, 2 000 sites industriels sont ouverts aux visiteurs gourmands. Ce tourisme d'entreprise a le vent en poupe. Exemple à Rennes et dans les Vosges.

C'est un drôle de manège qui a lieu dans une biscuiterie de Rennes (Ille-et-Vilaine). Chaque geste des salariés de l'usine est scruté. Tous les ans, 160 000 visiteurs poussent la porte de l'usine. C'est l'entreprise la plus visitée de Bretagne. Petits et grands sont à la recherche du savoir-faire local. "C'est un vrai plaisir. Ça sent bon", s'émerveille une femme. Ici, 3 tonnes de galettes et de palets bretons sont fabriquées chaque jour. Les salariés se sont habitués à un flot de visiteurs continu.

Des visites en hausse

Dans une usine de confiseries vosgienne, 260 000 personnes se pressent derrière des vitres. C'est un réel travail de pédagogie pour Damien Person, un confiseur passionné. En plein travail, il explique chaque étape de la fabrication. "Le but principal, c'est de fabriquer des bonbons, mais aussi de transmettre aux gens qui viennent découvrir le métier", indique ce passionné. Les touristes sont impressionnés. "On apprend beaucoup de choses", assure un homme. La visite se termine dans la boutique. En 2019, le nombre de visiteurs sur les sites industriels a augmenté de 40 %.



https://www.francetvinfo.fr/culture/cuisine-et-gastronomie/tourisme-usine-et-gourmandise-au-programme-des-vacances_5998022.html

Actualité

Tourisme industriel : cet été, mieux que la plage, la visite d'une usine automobile

Reportage L'usine de montage automobile Stellantis de Rennes a ouvert ses portes pour la première fois aux touristes cet été. Ces visites rencontrent un énorme succès. Plus de 3 500 entreprises françaises ont choisi d'ouvrir leurs portes aux touristes pour montrer leur savoir-faire et recruter.

Quentin Le Van, le 29/08/2023 à 06:33

 réservé aux abonnés Lecture en 3 mi

À quelques kilomètres de Rennes, dans l'usine de La Janais, plusieurs centaines de salariés s'affairent sur la...

- **Article complet** : <https://www.la-croix.com/Economie/Tourisme-industriel-ete-mieux-plage-visite-dune-usine-automobile-2023-08-29-1201280483>

La Direction générale des Entreprises signe 10 conventions régionales en faveur du tourisme de savoir-faire

Par Claude Leguilloux
Publié le 02/08/2023 à 13h01, mis à jour le 02/08/2023 à 23h01



10 régions ont répondu à l'appel à manifestation d'intérêt "Tourisme de savoir-faire" donnant lieu à des conventions avec la DGE...



Crédit photo @ Boursier.com

(Boursier.com) — Sous l'impulsion de Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'Industrie, et de Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, la Direction générale des Entreprises (DGE) avait lancé en 2022 un appel à manifestation d'intérêt (AMI) "Tourisme du savoir-faire" auprès des régions afin de soutenir le développement de la filière. Le déploiement de cette initiative a été acté par la signature d'une convention entre la DGE et chaque région ayant répondu à l'appel...

Les régions Auvergne-Rhône Alpes, Bourgogne Franche-Comté, Bretagne, Centre Val de Loire, Grand Est, Hauts-de-France, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Pays de la Loire ont répondu à cet AMI en présentant un projet de développement de la filière sur leur territoire.

Avec le plan "Destination France" annoncé en 2021, l'Etat s'est engagé à valoriser les atouts touristiques français. En encourageant le développement de la filière du tourisme de savoir-faire, le plan a pour ambition d'enrichir l'offre touristique sur le territoire et de doubler en 5 ans le nombre d'entreprises ouvrant leur outil de production au public afin de renforcer la connaissance des filières locales et l'attractivité de ces métiers auprès des Français.

➤ **Article complet :** <https://www.boursier.com/actualites/economie/la-direction-generale-des-entreprises-signe-10-conventions-regionales-en-faveur-du-tourisme-de-savoir-faire-49679.html>



"Tourisme de savoir-faire": des aides pour accompagner jusqu'à 150 entreprises

Avec cinq millions d'euros de dotation, le fonds "Tourisme de Savoir-Faire" s'apprête à accompagner de 100 à 150 TPE et PME souhaitant s'ouvrir aux visiteurs. Dix régions viennent de signer une convention avec la DGE (direction générale des entreprises) fixant les modalités du dispositif.



Le spécialiste des tissus provençaux
Les Olivades (Saint-Etienne-du-Grès) - Les Olivades

En 2022, quelque 20 millions de visiteurs se seraient adonnés à ce tourisme de savoir-faire, ou tourisme industriel. La même année, ce sont quelque 3.500 entreprises qui proposaient au public de découvrir leur activité, contre 2.000 structures avant la crise sanitaire. Dans le cadre du plan "Destination France", l'exécutif entend encourager la pratique et ainsi la mise en valeur des savoir-faire locaux.

L'appel à manifestation d'intérêt lancé en 2022 a éveillé l'intérêt des régions Auvergne-Rhône Alpes, Bourgogne Franche-Comté, Bretagne, Centre Val de Loire, Grand Est et Hauts-de-France. Sans oublier Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Provence Alpes-Côte d'Azur et Pays de la Loire. Des régions qui toucheront chacune 500.000 euros de subventions, sur l'engagement d'y ajouter elles-mêmes 140.000 euros pour soutenir de 10 à 20 entreprises locales.

- **Article complet :** <https://fr.fashionnetwork.com/news/-tourisme-de-savoir-faire-des-aides-pour-accompagner-jusqu-a-150-entreprises,1545998.html#courr%C3%A8ges>



TERRE & FILS



La filière du tourisme de savoir-faire en plein essor grâce à Entreprise et Découverte

accueil > Agir > La filière du tourisme de savoir-faire en plein essor grâce à entreprise et découverte

LA FILIÈRE DU TOURISME DE SAVOIR-FAIRE EN PLEIN ESSOR GRÂCE À ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE

Août 2023

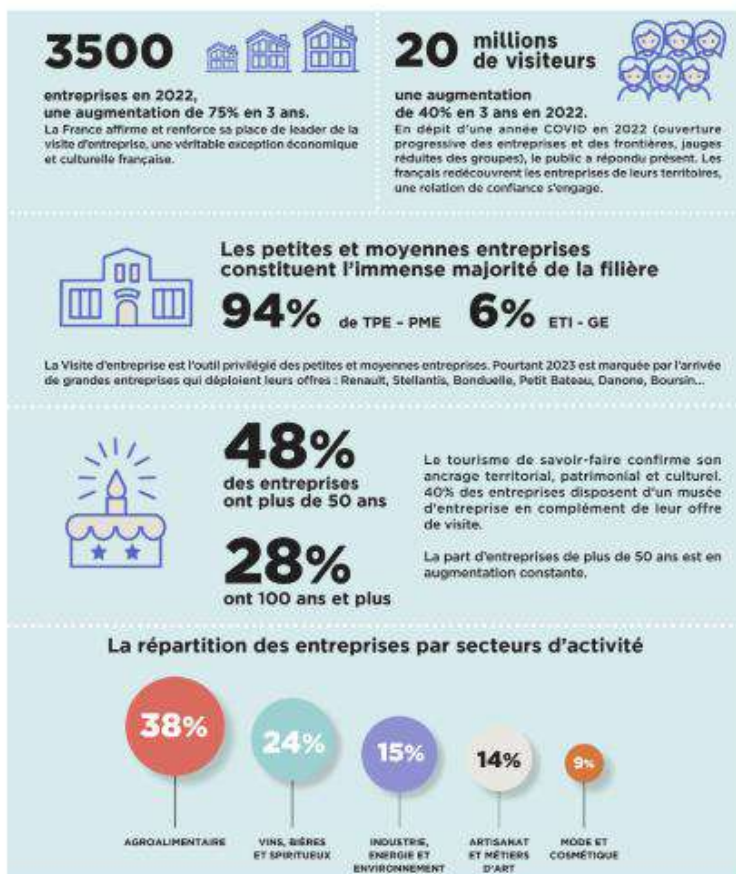
T&F

Engagée depuis plus de 10 ans dans la promotion de la visite d'entreprise, l'association Entreprise et Découverte se réjouit de la forte progression du tourisme de savoir-faire dans les territoires et dans le cœur des visiteurs. Les chiffres publiés par l'Observatoire 2023 illustrent à quel point cette filière séduit de plus en plus. Et ce n'est pas un effet de mode ! La tendance est profonde, car elle répond à des enjeux essentiels à la fois sociaux, économiques et environnementaux.

L'OBSERVATOIRE 2023 DE LA VISITE D'ENTREPRISE

Entreprise et Découverte vient de publier les résultats de son enquête sur le tourisme de savoir-faire et les chiffres sont éloquentes : 3 500 entreprises ouvrent désormais leurs portes à la visite soit une augmentation de 75 % en seulement trois ans.

L'Observatoire 2023 confirme également l'attrait grandissant pour ce tourisme à visage humain qui permet de (re)découvrir les métiers et les savoir-faire des territoires : ce sont désormais près de 20 millions de visiteurs qui se pressent chaque année pour découvrir les coulisses des entreprises, manufactures et ateliers partout sur le territoire. Et cela profite en premier lieu aux PME et TPE !



source : dossier de presse - Entreprise et Découverte

Mais qu'est-ce que les entreprises ont à gagner en ouvrant leurs portes ? À vrai dire, le tourisme de savoir-faire n'est pas une activité anodine. Bien au contraire. Il constitue un levier efficace de développement économique et culturel pour les territoires en valorisant les patrimoines locaux auprès du grand public. Véritable argument en faveur des territoires ruraux, il soutient une démarche durable qui privilégie la proximité et le long terme.

Le tourisme de savoir-faire répond ainsi parfaitement à la volonté de plus en plus marquée de connaître les conditions de fabrication des objets, de favoriser les manufactures françaises et de s'engager pour la pérennité des savoir-faire.

ZOOM SUR LE SECTEUR DES MÉTIERS D'ART ET DE L'ARTISANAT

L'Observatoire 2023 met en avant la belle progression des métiers d'art et de l'artisanat dans la filière du tourisme de savoir-faire. Avec la participation de près de 500 entreprises et 4 millions de visiteurs, ce secteur compte pour les territoires.



La Verrerie de Biot, le Mobilier National, la Tapisserie d'Aubusson ou encore la Coutellerie de Laguiole... Les noms qui apparaissent dans le palmarès ne sont pas inconnus, loin de là ! Le rayonnement de ces manufactures, pour la plupart labellisées **Entreprises du Patrimoine Vivant**, est un **motif de fierté** pour les habitants : pour 52% des entreprises, le premier public vient en effet de la région. Mais ces savoir faire exceptionnels attirent également la curiosité des **touristes étrangers**, qui représentent tout de même 1/3 des visiteurs.

L'équipe d'Entreprise et Découverte joue ainsi un rôle clé pour sensibiliser à la pratique contemporaine des métiers d'art et de l'artisanat. Que ce soit auprès du **grand public** ou plus spécifiquement des **établissements scolaires**, elle ranime la curiosité pour des **métiers méconnus et des filières locales parfois fragilisées**. Faire découvrir le geste artisanal, c'est le sauver de l'oubli. Et susciter des vocations auprès d'un jeune public en quête d'un **métier plein de sens et d'avenir** !



UN DÉPLOIEMENT TERRITORIAL RÉUSSI POUR ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE

Vainqueur de l'appel à projet de la Direction générale des entreprises (2021) pour promouvoir, structurer et développer la filière du tourisme de savoir faire, l'association Entreprise et Découverte s'emploie à essaimer partout sur le territoire cette **nouvelle offre culturelle** qui bénéficie autant aux entreprises qu'aux régions.

Grâce au **soutien de Terre & Fils**, l'association a d'ores et déjà déployé cinq antennes territoriales main dans la main avec les partenaires locaux : à Lens pour les Hauts de France, à Marseille pour la Provence Alpes Côte d'Azur, à Lyon pour l'Auvergne Rhône Alpes, à Angers pour le Nord Ouest et à Bordeaux pour le Sud Ouest. Et son ambition est à terme d'avoir une antenne dans chaque région !

Ce déploiement territorial est guidé par la volonté commune de **Terre & Fils et d'Entreprise et Découverte de participer** au développement durable des territoires et à la revitalisation des filières et des patrimoines locaux.

Le tourisme de savoir faire est en effet un vecteur extrêmement efficace pour **valoriser les manufactures et les PME de savoir-faire** mais aussi pour **susciter un changement de regard sur les métiers du faire**. Il permet aux acteurs publics et privés de dialoguer et de construire ensemble une offre innovante qui embrasse les enjeux socio-culturels, économiques et environnementaux des territoires.

Entreprises

Le tourisme de savoir-faire en plein essor

En 2022-2023, pour la première fois, le tourisme de savoir-faire est inscrit dans le schéma de développement touristique de l'ensemble des régions. L'association nationale de la visite d'entreprise « Entreprise et Découverte » œuvre pour le développement de cette nouvelle offre culturelle française. Décryptage d'une tendance qui prend de l'ampleur.

PAR LA RÉDACTION - 22 AOÛT 2023



© Adobe stock



Vingt millions d'entrées en 2022, soit une augmentation de 40% en trois ans. « *Les Français redécouvrent les entreprises de leurs territoires, une relation de confiance s'engage* », note avec satisfaction l'observatoire « Entreprise et Découverte » qui vient de révéler les chiffres des visites d'entreprise. Quelque 3 500 entreprises se seraient ainsi prêtées au jeu en 2022, soit une augmentation de 75% en trois ans. « *La France affirme et renforce sa place de leader de la visite d'entreprise, une véritable exception économique et culturelle française* », révèle le rapport. Au même titre que les touristes vont découvrir musées et châteaux, ils visitent des entreprises porteuses de savoir-faire qui constituent la richesse et le patrimoine de la France.

Centre de profit, outil de recrutement

Au-delà de participer à la promotion du « pays France », le tourisme de savoir-faire constitue aujourd'hui un nouveau centre de profit pour ces entreprises. Pour 70% d'entre elles, l'enjeu commercial est une priorité. Les PME espèrent ainsi accroître leurs marges. Avec un tarif moyen de visite à 9 euros, contre 5,90 en 2020 et 3 500 visiteurs par an, en moyenne, les entreprises y trouvent leur compte. D'autant que 85% d'entre elles détiennent une boutique et que le rapport observe une augmentation de 30% du panier moyen post-visite, comparé aux achats effectués sans visite préalable de l'entreprise. Certaines réalisant jusqu'à 50% de leur chiffre d'affaires via la visite d'entreprise (comme la parfumerie Fragonard, Confiserie des Hautes-Vosges, Verrerie de Biot...).

Outre cet apport financier, c'est un outil privilégié pour accroître leur notoriété et éventuellement attirer des jeunes dans leurs métiers, alors que de nombreux secteurs peinent à recruter de nouveaux talents. L'attractivité des métiers est ainsi mentionnée par 50% des entreprises engagées – un chiffre qui est en constante augmentation. La visite d'entreprise permet ainsi de faire découvrir *in situ* les métiers, d'engager un dialogue direct entre les salariés et les jeunes. D'autant que pour plus de 55% des entreprises, les familles constituent le premier public, la visite d'entreprise intéressant petits et grands. Un moyen pour les jeunes de découvrir les savoir-faire français, l'univers de l'entreprise et de comprendre ses métiers. Et pour les entreprises, de démontrer au public leurs valeurs et leurs engagements sociétaux, environnementaux et le « fabriqué en France ». C'est notamment le cas pour Ethiquable (produits bio commerce équitable) dans le Gers, Le Roy René (confiserie) à Aix-en-Provence ou l'Atelier Tuffery (textile), dans les Cévennes...

Public régional

Pour 70% des entreprises, le premier public est composé des visiteurs de la région. « *Le tourisme de savoir-faire est un tourisme de proximité. Il permet une reconnexion forte des habitants avec leurs entreprises* ». Outre le fait qu'ils renouvellent leurs visites, ils deviennent ambassadeurs des entreprises de leurs territoires. En outre, cela permet de lisser les visites tout au long de l'année. « *Près de 50% des entreprises reçoivent régulièrement des visiteurs sur les ailes de saisons participant ainsi à la déconcentration des flux sur la période estivale* », note l'observatoire. 18% des visiteurs sont des touristes étrangers (contre 21% en 2019) que 65% des entreprises sont en capacité d'accueillir (contre 55% en 2019). « *Un résultat très satisfaisant compte tenu de la situation internationale contrainte en 2022. Cela confirme le caractère attractif du tourisme de savoir-faire à la française* », note l'observatoire.

Les grandes entreprises s'y mettent aussi

La visite d'entreprise semble « *l'outil privilégié des petites et moyennes entreprises* ». Ainsi ce sont 94% de TPE-PME, contre seulement 6% d'ETI et de grandes entreprises, qui ont ouvert leurs portes au public, l'an dernier. Néanmoins, 2023 est marquée par l'arrivée de grandes entreprises, telles que Renault, Stellantis, Bonduelle, Petit Bateau, Danone, Boursin... A noter qu'en termes d'ancienneté, près de la moitié (48%) des entreprises visitées ont plus de 50 ans – une part en augmentation constante – et 28% même 100 ans et plus. « *Le tourisme de savoir-faire confirme son ancrage territorial, patrimonial et culturel. 40% des entreprises disposent d'un musée d'entreprise, en complément de leur offre de visite* », détaille l'étude.

En termes de secteur, l'agroalimentaire arrive toujours en tête des entreprises les plus engagées (38%). Cependant, deux secteurs progressent par rapport à l'observatoire 2020, les « *Vins, bières et spiritueux* » (24%) et la « *Mode et cosmétique* » (9%). Autres secteurs qui se montrent « ouverts », l'industrie, énergie et environnement (15%) et l'artisanat et métiers d'art (14%). Première entreprise la plus visitée, EDF, avec quelque 500 000 entrées en 2022. Autres entreprises qui tirent ce tourisme, la verrerie de Biot dans les Alpes-Maritimes, avec 450 000 visiteurs ; la confiserie des Hautes-Vosges à Plainfaing (260 000 visiteurs) et la Cave de Gan Jurançon. Néanmoins, les TPE tirent elles aussi leur épingle du jeu. C'est notamment le cas de la ferme des Cara'meuh ! à Vains en Normandie qui totalise 70 000 visiteurs, de la savonnerie marseillaise de la licorne (69 370 visiteurs) ou encore des Fontaines pétifiantes de Saint-Nectaire en Auvergne-Rhône-Alpes (63 000) et de l'Atelier du piment à Espelette en Pays Basque, avec 60 000 visiteurs.

Charlotte DE SAINTIGNON

<https://www.gazettenormandie.fr/article/le-tourisme-de-savoir-faire-en-plein-essor>



INDUSTRIE

Le tourisme d'entreprise séduit de plus en plus de visiteurs et d'industriels

Par Sarah Mansoura

Publié le samedi 2 septembre 2023 à 09h47 | ⌚ 3 min | 🗨️ PARTAGER



Portique et bloc de paquebot aux Chantiers de l'Atlantique à Saint-Nazaire © Radio France - Hélène Roussel

Agroalimentaire, cosmétique, ou encore automobile : autant de secteurs qui attirent de plus en plus de touristes. Selon l'association Entreprise et Découverte, 3 500 entreprises ont accueilli 20 millions de visiteurs en 2022, une tendance de fond depuis quelques années, non démentie cet été.

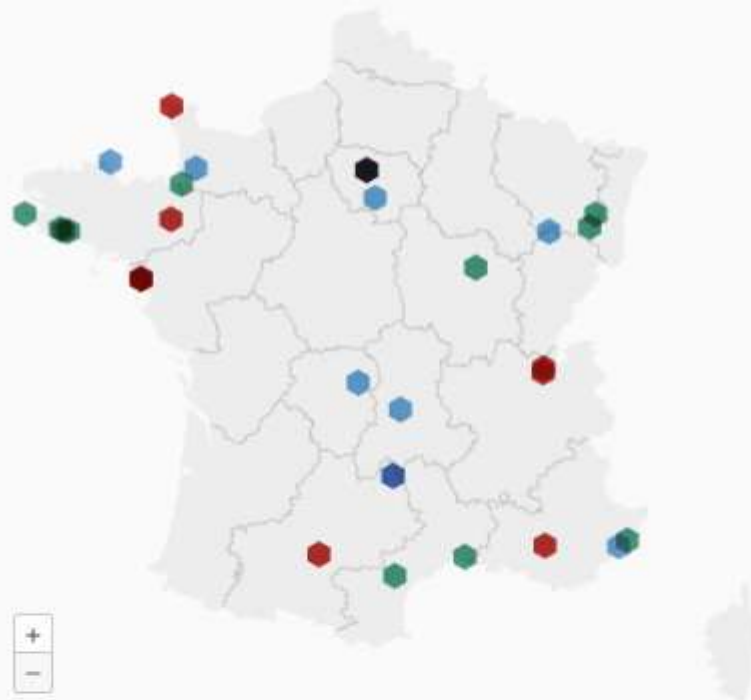
Les chiffres sont en pleine explosion. Selon l'association Entreprise et Découverte, 3 500 entreprises ont accueilli 20 millions de visiteurs en 2022, soit 40% de visiteurs en plus en trois ans. Les touristes sont de plus en plus nombreux à se tourner vers les entreprises, dans ce que l'on appelle maintenant le tourisme du "savoir-faire", et en particulier vers l'industrie. "Cela date d'il y a quelques années", confirme Cécile Pierre, déléguée générale d'Entreprise et Découverte. "C'est un phénomène récent, et on note que davantage de grandes entreprises se lancent dans l'organisation de visites", note-t-elle.

Les grands industriels misent sur le tourisme

Jusqu'à présent, selon Cécile Pierre, les visites d'entreprise restaient quasi exclusivement l'apanage des PME et des TPE, qui comptaient sur cette ressource pour doper leurs ventes grâce à la billetterie ou les ventes directes en magasins d'usine. Pour certaines, c'est une manne financière colossale, représentant jusqu'à 80% de leur chiffre d'affaires. Mais depuis 2019, elle observe que de plus en plus de très grandes entreprises s'y mettent. *"Cela va aller crescendo", prédit-elle, "car les entreprises aujourd'hui ne sont pas dans des objectifs uniques de production mais aussi dans un objectif de développement durable, avec les engagements RSE. Elles doivent communiquer sur ce qu'elles font, et se servent donc de ces outils de contact direct avec le public."*

Quoi de mieux que de faire venir le public directement en usine pour toucher les consommateurs ? *"Cette communication in situ, c'est effectivement une communication à moindre frais, d'autant que les visiteurs paient souvent un ticket d'entrée",* relève la déléguée générale d'Entreprise et Découverte, qui accompagne ces 3 500 entreprises françaises dans leur ouverture au public.

Les entreprises les plus visitées en France, par secteurs



Source: Observatoire Entreprise et Découverte - Récupérer les données - Créé avec Datawrapper

C'est une des raisons qui a poussé le groupe Stellantis à s'ouvrir au public. *"On fait partie du patrimoine",* argue Nathalie Bertran, directrice de la communication de l'usine installée à Chartres-de-Bretagne, au sud de Rennes. *"Ces dernières années, nos usines se sont compactées, se sont transformées, et nous avons à cœur de montrer notre savoir-faire, non plus par des visites simples d'usine, mais en prenant le temps de rencontrer les visiteurs, qui méconnaissent souvent le monde de l'industrie",* explique-t-elle.

De plus en plus de visites chaque été

Si c'est une tendance de fond, elle prend de l'ampleur chaque année. Ainsi, selon les premières remontées compilées par Entreprise et Découverte, "dans tout l'ouest et le nord de la France, les visites d'entreprises ont très bien marché et les entreprises qu'on a interrogées nous disent toutes qu'elles sont à +10%, +20% [de fréquentation] par rapport à l'année dernière", avance Cécile Pierre.

Un succès que confirme Pierre Sabouraud, directeur de l'office de tourisme de Saint-Nazaire, où les Chantiers de l'Atlantique attirent plus de 46.000 personnes par an. "On a fait +25% pour les Chantiers de l'Atlantique, +15% pour Airbus, et plus de 1.500 personnes ont participé à une dizaine de croisières pour visiter le parc éolien en mer", confirme-t-il.



Visite du simulateur de conduite, reproduction de la salle des commandes à la centrale nucléaire EDF de Cattenom en Moselle, lors d'une journée portes ouvertes, le 18 juin 2016. © Radio France - Vianney Smiarowski

Si la météo capricieuse a pu favoriser ces visites, Cécile Pierre relève que "les Français se sont habitués à aller voir des usines", et que le public étranger, davantage habitué aux musées d'usine, se montre particulièrement friand de visites pour voir au plus près l'appareil de production. "On pourrait croire qu'ils s'en tiennent à l'artisanat et à la gastronomie, mais les étrangers se montrent très intéressés par le secteur industriel. Quand on leur propose Airbus, Renault ou des fonderies, ils en sont très friands."

- ITW complète de Cécile Pierre : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/le-tourisme-d-entreprise-seduit-de-plus-en-plus-de-visiteurs-et-d-industriels-1546298>



LE PÉLERIN

Accueil / Culture / Expositions

Trois entreprises qui font découvrir leur savoir-faire au grand public

Nombre d'entreprises s'ouvrent au public pour valoriser leur savoir-faire industriel. Une idée de sorties familiales à expérimenter cet automne !



par Estelle Couvercelle
Publié le 24/09/2023 à 10h00
Lecture en 2 min



© Alain Baschenis

La carrière de talc de Trimouns (Ariège) offre, par beau temps, une vue unique sur les Pyrénées, portant jusqu'aux pics du Tarbésou ou du Montcalm.

Cet article est paru dans le magazine **Le Pèlerin** - Découvrez les offres d'abonnement



La carrière de talc Talcaneô (Ariège)

Bienvenue dans la plus grande **carrière de talc à ciel ouvert** au monde, la seule en activité en France ! À Trimouns (Ariège), les machines de forage extraient cet or blanc, à proximité du téléphérique de 5,5 km de long qui achemine le minerai dans la vallée, évitant ainsi d'incessants allers-retours de camions. Un cadre spectaculaire ouvert au public dans le cadre de Talcaneô afin de percer les secrets de la roche la plus tendre et la plus douce de notre planète.

La visite se déroule sur le site d'extraction, à 1700 m d'altitude, accessible grâce à une navette en autocar, puis à Luzenac, 1100 m plus bas, où un espace muséographique propose un circuit à la fois ludique et immersif. Depuis son ouverture en juillet dernier, plus de 8 000 visiteurs ont découvert notamment l'usage du talc : de la céramique à la cosmétique, en passant par le papier.

À partir de 5 ans.
Rens. : 05 61 05 10 10.

Le barrage centrale de Génissiat (Ain et Haute-Savoie)

Qualifié de "Niagara français" lors de son inauguration en 1948 par Vincent Auriol, le **barrage de Génissiat** se dresse sur le Rhône, au cœur d'un écrin de nature. Il alimente 700 000 foyers en électricité grâce à l'eau. Les richesses de cette énergie 100 % renouvelable sont à explorer en suivant le parcours d'une goutte : de sa source, en Suisse, jusqu'aux entrailles du barrage, via un film immersif diffusé en début de visite, avant de plonger dans l'histoire du site, puis de se laisser guider entre les immenses turbines et alternateurs de la salle de commande. Prévoir des chaussures plates et fermées pour la visite.

À partir de 8 ans.
Rens. : 04 26 10 63 21.

EN VENTE CETTE SEMAINE

LE PÉLERIN
L'ACTU À VISAGE HUMAIN

Scènes du Maroc
LE COURAGE
DES FEMMES

500 000 ANS
LE DOCUMENTAIRE
DE MARCO GIULIO
VINCIGUERRA DÉCRYPTÉ

Le pape à Marseille
**À LA RENCONTRE
DE LA MÉDITERRANÉE**

DOSSIER SPECIAL - Extension avec le cardinal Andrieu - Reportage dans les usines d'acier - Les pages de l'étranger ont été enrichies par des photos

S'abonner

➤ **Article complet** : <https://www.lepelerin.com/culture/expositions/trois-entreprises-qui-ont-decouvert-leur-savoir-faire-au-grand-public-8151>



ACCUEIL > TEMPO > ESCAPADE

Haribo, Perrier, Fragonard... Pourquoi on aime tant visiter des entreprises

TOURISME INDUSTRIEL A l'occasion de la sortie d'un « Guide du Routard » consacré au tourisme industriel en Occitanie, « 20 Minutes » s'est demandé pourquoi, ces dernières années, tant de curieux se pressaient aux portes des sociétés pour les visiter

Nicolas Bonzom | Publié le 03/09/23 à 10h07

11 COMMENTAIRES 6 PARTAGES



Le musée Haribo, à Vergèze, est l'un des sites de tourisme industriel les plus prisés de France. — LIAM/SIPA



Ecouter cet article Haribo, Perrier, Fragonard... Pourquoi on aime tant visiter des entreprises 00:00

- En France, le tourisme industriel connaît un véritable essor : 20 millions de curieux ont poussé les portes d'une entreprise en 2022, soit 40 % de plus en trois ans.
- Si ça plaît autant, c'est parce qu'on aime découvrir « les coulisses » des produits que l'on a l'habitude de consommer. « On a envie de comprendre ce que l'on mange, ce que l'on boit, ce que l'on porte comme vêtements », confie Armelle Solelhac, fondatrice d'une agence spécialisée dans les stratégies touristiques.
- C'est aussi, pour les petites entreprises, un moyen de transmettre un savoir-faire. Et de donner envie. A l'atelier de jeans Tuffery, en Lozère, « toutes les embauches, ce sont des candidatures spontanées, et la moitié d'entre elles proviennent de personnes qui avaient fait cette visite », détaille le gérant, Julien Tuffery.

Et si, plutôt qu'un musée ou un zoo, vous visitiez... une entreprise ? Haribo ou Perrier, dans le Gard, Airbus, à Toulouse (Haute-Garonne), ou encore les parfumeries Fragonard, à Grasse (Alpes-Maritimes), par exemple. Ces dernières années, le tourisme industriel est loin du dépôt de bilan : selon une enquête de l'Observatoire entreprise et découverte, qui œuvre pour l'essor de cette offre culturelle d'un nouveau genre, 20 millions de curieux ont poussé les portes d'une entreprise, en France, en 2022. C'est 40 % de plus qu'il y a trois ans. Sur la même période, le nombre de sociétés qui proposent de découvrir leur savoir-faire a bondi 75 %. Elles sont environ 3.500, dans l'Hexagone. A l'occasion de la parution d'un nouveau *Guide du Routard consacré aux visites d'entreprises en Occitanie*, 20 Minutes a demandé à des spécialistes pourquoi le tourisme industriel plaisait autant.

Pour Armelle Solelhac, la fondatrice de Switch, une agence spécialisée dans les stratégies marketing et RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) dans le secteur du tourisme, si on est si nombreux à aimer pousser les portes des entreprises, c'est, d'abord, pour découvrir « les coulisses » des produits que l'on a l'habitude de consommer. C'est peut-être ce qui explique, en grande partie, l'essor du tourisme industriel ces dernières années, à l'heure où l'on demande aux fabricants d'être le plus transparents possible. « On tous a envie de comprendre ce que l'on mange, ce que l'on boit, ce que l'on porte comme vêtements, ce que l'on conduit comme voiture », poursuit Armelle Solelhac.

« Je me demande encore comment il y a des entreprises qui ne le font pas » A Perrier, à Vergèze (Gard), par exemple, on apprend comment la source des Bouillens régale les amateurs de bulles depuis plus d'un siècle. Dans les caves des roqueforts Société, à Roquefort-sur-Soulzon (Aveyron), on découvre l'attention apportée à ces bleus, qui divisent tant les palais. Et à l'atelier Tuffery, à Florac (Lozère), le plus vieux fabricant de jeans de France, on s'aperçoit avec quelle passion l'équipe fabrique des pantalons à la main. D'ailleurs, « cela fait 130 ans » que cette petite manufacture familiale est ouverte aux curieux, confie Julien Tuffery, qui a repris, avec son épouse, Myriam, la suite de son père et de ses oncles. « Depuis que j'ai 6 ans, et que je fais mes devoirs à la sortie de l'école, j'ai toujours vu du monde, se souvient-il. Il y avait, déjà, une volonté de montrer. Et quand nous sommes arrivés, en 2016, c'était pour nous une évidence qu'il fallait mettre le client au milieu de l'atelier. Je me demande comment, encore, il y a des entreprises qui ne le font pas. C'est un outil puissant. » Pour la notoriété de l'atelier, bien sûr, mais aussi pour montrer à quel point les Tuffery et son équipe sont sincères, dans leur démarche.



Dans les caves des roqueforts Société, à Roquefort-sur-Soulzon (Aveyron) - DAMOURETTE/SIPA

- Article complet : <https://www.20minutes.fr/tempo/escapade/4050788-20230903-haribo-perrier-fragonard-pourquoi-aime-tant-visiter-entreprises>



TENDANCE

Qu'est-ce que le slow tourisme (et quels sont ses avantages pour l'Artisanat ?)

Le 08/09/2023 par Cécile Vicini

Cette approche encore récente du voyage met l'accent sur la qualité de l'expérience plutôt que sur la quantité de destinations visitées. Elle est axée sur la durabilité et l'authenticité, présentant une myriade d'avantages pour l'artisanat local et la visite d'entreprise.

PARTAGER : [X Post](#) | IMPRIMER



Le modèle traditionnel des vacances est en train de se métamorphoser, reflétant un changement fondamental dans la mentalité des voyageurs. **Si le slow tourisme ("tourisme lent") ne concernait dans un premier temps qu'une minorité de voyageurs**, la crise sanitaire a accéléré la tendance, par une grande remise en question des modes de consommation.

L'art de prendre son temps

Les "néo-voyageurs" à embrasser ce mouvement **sont de plus en plus nombreux**, apportent une vitalité économique, voire solidaire, et culturelle à leurs destinations tout en s'immergeant dans une expérience de voyage plus enrichissante.

Cela représente un contraste saisissant avec les destinations "instagramables" saturées de touristes, où les paysages majestueux perdent leur signification au profit de selfies dénués de toute valeur.

Plutôt que de suivre un itinéraire touristique classique en visitant les attractions incontournables recommandées dans les guides de voyage, l'accent est mis sur l'exploration de la vie quotidienne des habitants. On s'immerge dans leur routine et à travers leurs expériences.

Les vacances, un bien de consommation en profonde mutation

Selon le bilan touristique porté par Olivia Grégoire, ministre délégué au Commerce et à l'Artisanat, **les Français optent désormais pour des escapades plus fréquentes, mais de durées plus courtes.**

Leur processus décisionnel se dessine **au dernier moment, en fonction de considérations financières, météorologiques, du rapport qualité-prix, et de la diversité des centres d'intérêt.**

Cet élan vers un tourisme plus flexible se traduit par une répartition plus homogène des touristes sur le territoire.

Ainsi, cette année, certaines destinations, habituellement phares, ont vu leur fréquentation diminuée au profit de régions qui développent un « autre » tourisme.

L'occupation touristique du territoire devient ainsi plus homogène, plus responsable et plus raisonné.

La montagne a ainsi connu une montée en puissance :

- **+13,6 %** de fréquentation dans les Alpes du Nord,
- **+7 %** dans les Pyrénées et en moyenne montagne.

Le tourisme à la campagne se développe également, avec par exemple +5 % pour la région Bourgogne Franche-Comté.

(Source : ministère de l'Économie et des Finances).

Le tourisme doit maintenant s'envisager sur l'ensemble de l'année et non plus sur les hautes saisons traditionnelles, à savoir l'été et l'hiver.

Les Français qui ne sont pas freinés par les vacances scolaires sont plus enclins à découvrir les régions hors période scolaire pour éviter les pics de fréquentation, mais aussi les tarifs plus élevés.

Du changement dans l'air, du bon pour les artisans !

Les avantages pour les entreprises artisanales, quel que soit le secteur d'activité, ne manquent pas :

Promotion de l'authenticité : Dans ce mode de voyage, on explore des destinations de manière plus profonde, on s'immerge dans la culture locale et l'interaction directe avec les artisans qui se trouvent sur les itinéraires des touristes !

Soutien direct à l'artisanat, sans intermédiaire : Ce soutien est concrétisé par le passage d'une clientèle plus large et d'une augmentation des ventes. On note également des pratiques commerciales plus équitables avec des rémunérations plus justes pour les produits proposés à la vente. À terme, cela favorise des relations commerciales éthiques et durables.

Renforcement de l'identité locale : Les produits artisanaux locaux sont souvent un reflet de l'identité culturelle et de l'histoire d'une région. Produits qui poursuivent ensuite leur voyage dans la valise de leurs nouveaux acquéreurs : ramenés à la maison, ils sont racontés, dégustés, appréciés... la publicité est faite !

Conservation des traditions culturelles : Le slow tourisme met en valeur les traditions culturelles et les savoir-faire locaux, ce qui contribue à communiquer sur les savoir-faire, et ainsi à les faire perdurer. Mieux : les touristes peuvent participer à des ateliers d'artisanat ouverts au public !

La visite d'entreprise, une composante essentielle du slow tourisme

L'ouverture des ateliers au grand public est intéressante à bien des égards : une expérience immersive, éducative et authentique.

Cela peut être mutuellement bénéfique pour les entreprises artisanales et les voyageurs, **renforçant ainsi la durabilité économique et culturelle des destinations touristiques :**

Promotion de la transparence : La curiosité est de mise sur les processus de fabrication des produits. Il s'agit de lever le voile sur les coulisses de la production, ce qui favorise la transparence et renforce la confiance des clients dans la qualité des produits.

Interaction avec les visiteurs ou l'attrait pour la pédagogie : prenez-vous au jeu des questions sur les techniques utilisées, l'histoire de votre entreprise, le choix de vos matériaux, votre philosophie... Plus qu'une simple présentation, cette communication est un excellent moyen de fidélisation, et de vous assurer d'une publicité haut-de-gamme !

Diversification des revenus : Les visites d'entreprise peuvent constituer une source de revenus supplémentaire pour les artisans, en plus de la vente de leurs produits, avec la fameuse boutique-souvenir en fin de parcours. Une belle piste à exploiter pour contribuer à la stabilité financière de l'entreprise, notamment lorsque l'activité faiblit au fil des saisons.

<https://www.lemondedesartisans.fr/actualites/quest-ce-que-le-slow-tourisme-et-quels-sont-ses-avantages-pour-lartisanat>



Accueil · Culture · Expositions

Trois entreprises qui font découvrir leur savoir-faire au grand public

Nombre d'entreprises s'ouvrent au public pour valoriser leur savoir-faire industriel. Une idée de sorties familiales à expérimenter cet automne !



par **Estelle Couvercelle**

Publié le 24/09/2023 à 10h00

Lecture en 2 min



© Alain Baschenis

La carrière de talc de Trimouns (Ariège) offre, par beau temps, une vue unique sur les Pyrénées, portant jusqu'aux pics du Tarbésou ou du Montcaim.

Cet article est paru dans le magazine **Le Pèlerin** - Découvrez les offres d'abonnement



La carrière de talc Talcaneô (Ariège)

Bienvenue dans la plus grande **carrière de talc à ciel ouvert** au monde, la seule en activité en France ! À Trimouns (Ariège), les machines de forage extraient cet or blanc, à proximité du téléphérique de 5,5 km de long qui achemine le minerai dans la vallée, évitant ainsi d'incessants allers-retours de camions. Un cadre spectaculaire ouvert au public dans le cadre de Talcaneô afin de percer les secrets de la roche la plus tendre et la plus douce de notre planète.

La visite se déroule sur le site d'extraction, à 1 700 m d'altitude, accessible grâce à une navette en autocar, puis à Luzenac, 1 100 m plus bas, où un espace muséographique propose un circuit à la fois ludique et immersif. Depuis son ouverture en juillet dernier, plus de 8 000 visiteurs ont découvert notamment l'usage du talc : de la céramique à la cosmétique, en passant par le papier.

À partir de 5 ans.

Rens. : 05 61 05 10 10.

L'ÉDITO



À temps et à contretemps

par **Marie-Yvonne Buss**

Rude métier que celui de pape. Même si François n'a pas rédigé, mais seulement approuvé, la déclaration Fiducia supplicans du 18 décembre au sujet de la bénédiction des couples "irréguliers", l'échec de communication est patent. À l'échelle de la planète catholique, rarement autant

Le barrage centrale de Génissiat (Ain et Haute-Savoie)

Qualifié de "Niagara français" lors de son inauguration en 1948 par Vincent Auriol, le **barrage de Génissiat** se dresse sur le Rhône, au cœur d'un écrin de nature. Il alimente 700 000 foyers en électricité grâce à l'eau. Les richesses de cette énergie 100 % renouvelable sont à explorer en suivant le parcours d'une goutte: de sa source, en Suisse, jusqu'aux entrailles du barrage, via un film immersif diffusé en début de visite, avant de plonger dans l'histoire du site, puis de se laisser guider entre les immenses turbines et alternateurs de la salle de commande. Prévoir des chaussures plates et fermées pour la visite.

À partir de 8 ans.

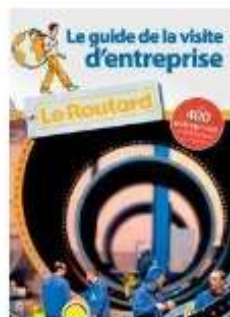
Rens.: 04 26 10 63 21.

Le Grand Port Maritime de Nantes Saint-Nazaire (Loire-Atlantique)

Il accueille 3 000 navires, 1 000 trains de marchandises par an et s'étend sur 2 700 hectares le long de l'estuaire de la Loire: le **Grand Port maritime de Nantes Saint-Nazaire** s'ouvre aussi à des visites guidées en bus. L'occasion de découvrir ses installations gigantesques où transitent céréales, produits manufacturés, pales d'éoliennes, pièces aéronautiques... À deux pas, un autre lieu s'est forgé une réputation internationale: les chantiers navals d'où sont sortis des paquebots mythiques, tels le *France* ou le *Normandie*. Ces sites sont inscrits au programme des **Bes Journées régionales de la visite d'entreprise en Pays de la Loire** les 26, 27 et 28 octobre.

À partir de 4 ans.

Rens: 02 28 54 06 40.



En savoir plus sur les visites d'entreprise

Énergie, agroalimentaire, métiers d'art, artisanat, mode... le tourisme industriel a attiré 20 millions de visiteurs en 2022. 3 500 entreprises françaises proposent des visites. Autant d'initiatives portées par l'**Association de la visite d'entreprise** qui s'est associée au *Routard** pour l'édition régulière de guides à l'échelle nationale et régionale.

* *Le guide de la visite d'entreprise*, Le Routard, 256 p. ; 10 €.

<https://www.lepelerin.com/culture/expositions/trois-entreprises-qui-font-decouvrir-leur-savoir-faire-au-grand-public-8151>



Entreprise et Découverte à la rencontre du savoir-faire

Durant un séjour en immersion, l'apprentissage de la langue est la découverte de la **culture française** est un élément clé pour votre séjour. Cela vous permet de pratiquer le français tout en apprenant avec votre professeur comme guide. C'est pourquoi S.L. Immersion s'est engagé à travailler avec des partenaires de qualité comme Entreprise et découverte.

Entreprise et Découverte est une association nationale qui a pour mission de mettre en lumière le savoir-faire français. De faire comprendre et découvrir le fonctionnement et les personnes derrière l'artisanat.



A chaque région, son savoir-faire et son artisanat, à travers la France Entreprise et découverte propose plus de 2000 entreprises à visiter durant toute l'année.

S.L. Immersion vous propose de découvrir des entreprises locales qui proposent des visites dans leurs locaux afin de vous permettre de découvrir tout l'artisanat français dans la région dans laquelle vous faites votre séjour en immersion.

Selon vos préférences, Entreprise et Découverte regroupent plusieurs secteurs d'activités, de l'agriculture, l'alimentaire à la cosmétiques et bien être. Vous pouvez choisir avec votre professeur quels secteurs d'activité vous plaît le plus !



Visiter une entreprise avec Entreprise et Découverte ce n'est pas seulement aller dans une boutique et acheter un produit local, c'est aussi découvrir comment le produit a été fait, son histoire ainsi que celle de l'entreprise. Avoir la possibilité de parler avec les artisans tout en participant à un circuit court de consommation.

Au cœur de cette association il y a la transparence, l'échange et la découverte.



Pourquoi soutenir le savoir-faire et l'artisanat ?

Les traditions, le patrimoine et l'identité culturelle d'une ville ou d'une région particulière se reflètent dans l'artisanat local. Nous souhaitons contribuer à la préservation de ces caractéristiques culturelles importantes en vous faisant découvrir et soutenir l'artisanat local.

L'artisanat local est souvent fabriqué à l'aide de pratiques durables, de matériaux naturels et de méthodes artisanales ancestrales. Nous souhaitons encourager les activités écologiquement responsables et réduire notre empreinte écologique en achetant des produits artisanaux régionaux.

➤ Article complet : <https://slimmersion-france.com/fr/blog/entreprise-et-decouverte/>



**VOYAGEONS-
AUTREMENT.COM**
#TourismeDurable

Le tourisme industriel, un secteur en croissance au service du développement durable ?

Geneviève Clastres | Publié le 12 octobre 2023

Partager 6 Post

On a tous en nous un vieux souvenir enfoui d'une visite en entreprise réalisée élèves. Une chocolaterie pour la Ministre Olivia Grégoire avec toutes ces effluves qui affluent à l'orée de la mémoire, une usine de transformation de porc de l'abatage au produit fini avec force pâtés et jambons difficiles à déguster en post visite pour votre auteur, et tant d'autres, sucrière, confiserie, clouterie, atelier de moulage, fabrication de brosses à dent, mais aussi barrages EDF, centrales nucléaires, coulisses du métro, parfumeries, autant de temples impénétrés dont les portes s'ouvrent et découvrent l'envers d'un monde. Plus que tendance, le tourisme industriel aussi dit de « savoir-faire » explose. Ils étaient 20 millions l'an dernier à se presser dans les 3 500 entreprises françaises qui, sous l'égide de l'association Entreprise et Découverte, ouvrent leur porte au public chaque année. Une véritable exception culturelle française dont les principaux acteurs se sont réunis les 10 et 11 octobre lors des 5^e Rencontres Nationales de la Visite d'Entreprise.



5e Rencontres nationales du Tourisme d'Entreprise ©Geneviève Clastres

La visite d'entreprise, un levier économique à plusieurs détente

Auréolée de bien des atouts, « la visite d'entreprise est avant tout une excellente façon de valoriser nos industries, de promouvoir le « Fabriquer en France » mais aussi de former et d'orienter nos jeunes ». Président d'Entreprise et Découverte, Luc Fauchois est d'autant plus convaincu que son association a pour objectif d'aider les entreprises françaises qui hésitent encore à faire le pas à ouvrir leurs portes au public. Et parmi les nombreux arguments aptes à faire basculer les plus hésitants, il y a évidemment cette certitude que le tourisme industriel est non seulement bon pour la santé économique de l'entreprise, mais aussi pour celle de l'ensemble du territoire. **« Le tourisme d'entreprise permet de voir l'ensemble du processus de productions et vaut tous les grands exposés ! »** renchérit Olivier Ducatillon, PDG de la société Lemaître Demeestere spécialisée dans le lin français. Il rappelle combien le monde de l'industrie a été longtemps dévalorisée dans la société française : **« Quand j'étais ado, mes parents me disaient : si tu ne bosses pas bien, tu iras en lycée technique. Aujourd'hui, dans le textile, il y a 6 000 postes à pourvoir dans les deux années à venir. Les visites, c'est aussi l'occasion d'être transparent, de donner envie, de casser cette image d'un secteur qui fait peur. »** Susciter des vocations, c'est aussi cela l'enjeu du tourisme industriel, quand tant de secteurs ont du mal à recruter.



Ateliers d'Art de la Réunion des Musées Nationaux © Geneviève Clastres

La visite d'entreprise, un moteur pour aller plus loin entre RSE et performances environnementales !

« Mes auditeurs, c'est les clients et les visiteurs que je reçois tous les jours. D'un point de vue RSE, cela nous tire vers le haut ! » Président de l'Atelier Tuffery où il a grandi depuis sa plus tendre enfance, Julien Tuffery rappelle combien la transparence, la sincérité et le bon sens sont des piliers essentiels pour une entreprise. Installé à Florac en Lozère, son entreprise organise 16 000 visites guidées chaque année sans compter les visites libres. **« Voir ce qui se passe dans un atelier, ça vaut tous les discours. Et le bon sens, chez nous, c'est de rencontrer les ouvriers qui font nos jeans qui vous expliqueront pourquoi en France, un jean sera forcément vendu plus cher. »** Car un jean chez Tuffery, c'est 80% de main d'œuvre, 80 étapes de fabrications, et une exigence d'excellence. **« Lors d'une visite, toutes les questions sont posées, sur les conditions de fabrication, les salaires pratiqués, les produits, cela nous oblige à l'excellence. On ne va pas faire un media training à tous nos salariés, et donc cela nous tire forcément vers le haut ! ».** Sincérité, confiance, mais également fierté du salarié devenu ambassadeur de son entreprise qui peut ainsi expliquer son savoir-faire et son métier à des visiteurs curieux d'apprendre et de comprendre.



Confiserie du Roy René ©_FXE Emery

Directeur Tourisme, Communication & RSE du Groupe Territoire de Provence, Alexis Bertucat compte quelques fleurons gourmands dans son escarcelle tels la Confiserie du Roy René (calisson d'Aix et nougats de Provence) ou la biscuiterie de Forcalquier. « En 2015, nous avons ouvert le musée du calisson. On s'en est servi comme un outil pour mieux comprendre l'histoire de l'Atelier. **Cela nous permet aussi d'expliquer à nos visiteurs ce qu'est une norme ISO 510001, nous sommes totalement transparents.** » Chez Territoire de Provence, le développement durable c'est aussi les amandes commandées en local, les 1200 panneaux solaires installés sur le toit de la fabrique, le résultat du bilan carbone achevé récemment, les labélisations en cours, autant de chantiers et d'autres à venir qui sont expliqués aux visiteurs désireux d'en savoir plus. « **C'est un enjeu de communication fort auprès de nos clients mais aussi de la marque employeur que l'on cherche à construire.** » Chaque année, le groupe accueille 25 000 visites guidées et 50 000 visites libres, un véritable enjeu. « On travaille sur les ailes de saison en restant ouvert toute l'année, en accueillant des scolaires (3500 par an), mais aussi en parlant du métier pour favoriser les recrutements et donner envies aux jeunes générations de nous rejoindre. » Des enjeux de recrutement d'autant plus liés aux enjeux de RSE qu'Alexis Bertucat tout comme Julien Tuffery notent combien les jeunes ingénieurs sont de plus en plus engagés et souhaitent donner de leur temps à des entreprises qui partagent leurs valeurs. Or tout le monde est concerné. Caroline Mignon (ATD) : « On est tous lié par la stratégie nationale bas carbone qui implique d'arriver à la neutralité carbone en 2050. C'est toute la modélisation de notre secteur qu'il va falloir repenser ! »



Atelier Tuffery ©DR

La visite d'entreprise, une sortie passionnante et surtout : accessible !

Valorisant le territoire, l'entreprise mais aussi ses salariés, le tourisme de savoir-faire embrasse l'ensemble de la chaîne du micro au macro et permet aussi et surtout de relier les habitants d'une région à leur tissu industriel. **« Il ne faut pas réduire le tourisme de savoir-faire aux enjeux de gastronomie et à l'alimentaire. Il a aussi une vertu profonde : ouvrir le capot des entreprises. Comment une PME investit pour faire changer une ligne de production, voilà qui est concret ! »** précise encore François de Canson, président d'ADN Tourisme. Et point intéressant de cette nouvelle forme de tourisme rappelé par Caroline Mignon pointant que 40% des Français ne partent pas en vacances, c'est qu'elle reste accessible à tous les publics. Le prix moyen des visites est de 9 €, on peut découvrir les confiseries du Roy René pour 5 €, le domaine oléicole de l'Oulibo pour 6,50 €. En outre, une visite sur deux est gratuite comme la découverte de Fragonard, parfumeur à Grasse, la confiserie des Hautes Vosges, la savonnerie Marius Fabre et tous les sites EDF. Cécile Pierre, déléguée générale d'Entreprise et Découverte : **« Ce qui est intéressant sur le tourisme de savoir-faire, c'est qu'on a une distribution de toutes les catégories de public qui s'intéressent à la visite d'entreprise. C'est un tourisme populaire au sens premier du terme. Et les deux faits marquants c'est que d'une part, nous avons un maximum de public locaux qui viennent et ça, c'est intéressant au titre du tourisme durable, mais nous avons aussi une part croissante de tourisme et de touristes étrangers parce qu'en fait, le tourisme de savoir-faire est une exception culturelle française ! »** Une exception culturelle française dont on aurait donc bien tort de se priver !



Confiserie des Hautes Vosges ©DR

En guise de conclusion

Réunissant des domaines aussi variés que les petites et moyennes entreprises, le commerce, l'artisanat et le tourisme sous son ministère rattaché à ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, Olivia Grégoire loue le tourisme et notamment le tourisme industriel pour cocher toutes les cases vertueuses de sa charge : **« Il y a peu de domaines aussi partagés que le tourisme dans l'action publique ! »**. En 2020, le premier appel à candidature pour le tourisme de savoir-faire a été lancé avec une ambition forte de Bercy : doubler d'ici cinq ans le nombre d'entreprises ouvertes au public ! Depuis, 5 millions d'euros ont été investis par l'état pour l'accompagnement aux nouvelles entreprises souhaitant rejoindre la filière. Des conventions sont en cours de signatures en région et **prochaine étape : la professionnalisation de l'offre, afin de mailler l'ensemble du territoire d'un réseau de correspondants aptes à valoriser tous les fleurons du savoir-faire français.**

----- Aller plus loin -----

Geneviève Clastres remercie Entreprise et Découverte et notamment Cécile Pierre et Marie Cario pour l'invitation à participer à deux journées passionnantes

Entreprise et Découverte : tourisme industriel et de savoir-faire (entrepriseetdecouverte.fr)

➤ <https://www.voyageons-autrement.com/tourisme-industriel-au-service-du-developpement-durable>



20/10/2023 - Lancement du dispositif Tourisme industriel à l'occasion des vacances scolaires de la Toussaint

20 Octobre 2023 | Communiqué de presse

1249 - Lancement du dispositif Tourisme industriel à l'occasion des vacances scolaires de la Toussaint-pdf

PDF - 362.93 Ko

Télécharger

Ajouter à ma sélection



Paris, le 20 octobre 2023

N°1249

COMMUNIQUE DE PRESSE

Lancement du dispositif Tourisme industriel
à l'occasion des vacances scolaires de la Toussaint

Roland Lescure, ministre délégué en charge de l'Industrie et **Olivia Grégoire**, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, lancent le dispositif « tourisme industriel » à destination des jeunes, à l'occasion des vacances scolaires.

Les entreprises industrielles sont à la fois le cœur battant de nos territoires, et aussi souvent une grande partie du patrimoine local. L'industrie reste pour beaucoup méconnue ou victime de stéréotypes. Pour renforcer l'attractivité de l'industrie et des métiers industriels, les ministres souhaitent que l'industrie ouvre ses portes aux jeunes, notamment dans le cadre des vacances scolaires.

Ce dispositif s'inscrit dans le contexte du vote de la loi « Industrie Verte », portée par Bruno Le Maire et Roland Lescure, qui vise à faire de la France le leader de l'industrie décarbonée en Europe.

L'association « Entreprise et Découverte », qui a pour objet la valorisation de la visite d'entreprise et qui recense l'ensemble des sites industriels ouverts au public aux visites, sera l'opérateur de ce dispositif.

Vous trouverez en annexe la liste d'une sélection des entreprises industrielles, sur le territoire métropolitain, ouvertes pendant les vacances scolaires de la Toussaint.

Ce dispositif a vocation à être élargi et reconduit pour toutes les vacances scolaires.

Pour **Roland Lescure**, ministre délégué chargé de l'industrie : *« L'industrie française recrute, et pour recruter, elle doit attirer. L'attractivité de l'industrie et de ses métiers est la clé de la réindustrialisation de la France. Je suis très fier de pouvoir partager cette initiative qui montre la diversité de la filière industrielle française. Je salue l'engagement de toutes les entreprises industrielles qui participent à ce dispositif et celui de leurs salariés qui organisent ces visites pour les familles et leurs enfants pendant les vacances. J'appelle toutes les entreprises du secteur industriel à nous rejoindre pour l'organisation des prochaines éditions de ce dispositif aux prochaines vacances scolaires. »*

Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme : *« Accueillir les jeunes au cœur des ateliers et des usines, là où bat le pouls de l'activité est unique, aucun pays ne pourrait aujourd'hui le revendiquer. Le tourisme industriel c'est celui qui permet de voir des fleurs devenir du parfum, du minerai de l'acier, du lin au fuselage d'avion. Autant de gestes et de parcours que nos plus jeunes pourront découvrir et qui sont de nature à susciter des vocations chez eux. »*

Cécile Pierre, déléguée générale de l'association Entreprise et Découverte : *« La visite d'entreprise est le moyen privilégié des jeunes pour découvrir l'industrie. C'est un contact direct avec la réalité de l'entreprise au cœur du site de production. C'est un moment privilégié pour rencontrer les salariés sur les postes du travail et comprendre les gestes, les métiers, les conditions de travail et les valeurs de l'entreprise. La visite d'entreprise portée par Entreprise et Découverte est une occasion forte de susciter des vocations et d'interpeller l'entreprise sur l'industrie de demain. »*

Retrouvez en pièce-jointe la liste des entreprises membres du dispositif « tourisme industriel »

<https://presse.economie.gouv.fr/20102023-lancement-du-dispositif-tourisme-industriel-a-loccasion-des-vacances-scolaires-de-la-toussaint/>



🏠 > ECONOMIE > ENTREPRISES

TOURISME INDUSTRIEL: ET SI VOUS VISITIEZ DES USINES PENDANT LES VACANCES DE LA TOUSSAINT?

Olivier Chicheportiche Le 20/10/2023 à 11:38



Pour renforcer l'attractivité de l'industrie et surtout de ses des métiers, rien de mieux qu'une découverte sur place.

"L'industrie reste pour beaucoup méconnue ou victime de stéréotypes" souligne le ministère de l'Économie. Et alors que le gouvernement multiplie les initiatives pour développer l'industrie verte et l'implantation d'usines en France, les questions de pénurie dans la filière sont toujours prégnantes.



Alexandre Saubot, président de France Industrie - 16/10



8:48

L'État entend donc inciter les jeunes à aller à la rencontre de l'industrie et lance à l'occasion des vacances de la Toussaint qui débutent ce samedi un "dispositif de tourisme industriel". L'opération est pilotée par l'association **Entreprise et Découverte**, qui a pour objet la valorisation de la visite d'entreprise.

"Pour recruter l'industrie doit attirer"

"C'est le moyen privilégié des jeunes pour découvrir l'industrie. C'est un contact direct avec la réalité de l'entreprise au cœur du site de production. C'est un moment privilégié pour rencontrer les salariés sur les postes du travail et comprendre les gestes, les métiers, les conditions de travail et les valeurs de l'entreprise. La visite d'entreprise est une occasion forte de susciter des vocations et d'interpeller l'entreprise sur l'industrie de demain", explique Cécile Pierre, déléguée générale de l'association.

"L'industrie française recrute, et pour recruter, elle doit attirer. J'appelle toutes les entreprises du secteur industriel à nous rejoindre pour l'organisation des prochaines éditions de ce dispositif aux prochaines vacances scolaires", ajoute de son côté Roland Lescure, ministre de l'Industrie.

Concrètement, près d'une centaine d'entreprises industrielles dans des secteurs allant de l'alimentation à l'aviation ouvriront leurs portes dans toutes les régions françaises. Parmi elles: Airbus, La Monnaie de Paris, le Port du Havre, La Belle-Iloise, Arc International, les Chantiers de l'Atlantique, Fragonard, L'Occitane, Arcelormittal... Pour organiser sa visite, il suffit de se rendre **sur le site de l'association**.

Ce dispositif a vocation à être élargi et reconduit pour toutes les vacances scolaires, ajoute le gouvernement.

Olivier Chicheportiche

Journaliste RFM Business

https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/tourisme-industriel-et-si-vous-visitez-des-usines-pendant-les-vacances-de-la-toussaint_AV-202310200369.html



Accueil > Entreprises et marchés

Tourisme industriel : cinq sites insolites à découvrir pendant les vacances de la Toussaint

TOURISME

SUIVRE CE SUJET



Les chantiers de l'Atlantique et leurs paquebots géants ouvrent leurs portes aux visiteurs. Sissoupitch/Getty Images

SAUVEGARDER PARTAGER

Le gouvernement met l'accent sur le tourisme industriel pour les vacances scolaires. L'occasion de découvrir comment sont fabriqués les paquebots français, les biscuits Saint Michel ou encore les marinières Saint James.



Par **Joséphine Pelois**

Publié le 20/10/2023 à 17h55 & mis à jour le 21/10/2023 à 9h57



Ecouter cet article **Tourisme industriel : cinq sites insolites à découvrir pendant les vacances** 00:00

À l'occasion des vacances de la Toussaint, le gouvernement lance le dispositif **«tourisme industriel»**. L'idée est d'ouvrir les portes des principaux sites industriels français afin de renforcer l'attractivité du secteur et valoriser le patrimoine local. L'association **Entreprise et Découverte**, qui encourage les visites industrielles, décompte 15 millions de visiteurs chaque année sur les 2 000 usines qui ouvrent leurs portes. Voici cinq sites à visiter pendant les vacances scolaires.

Les avions d'Airbus à Toulouse

Airbus est implanté dans la ville rose depuis sa création en 1969. Toulouse accueille le siège social de la société française et les usines d'assemblages de certains avions. Le géant de l'aéronautique propose aux curieux de visiter le site qui accueille près de 20 000 salariés par jour, en plusieurs étapes : un rappel de l'histoire de l'aviation toulousaine, suivi d'un parcours en minibus sur les 700 hectares occupés par Airbus puis une escale sur le belvédère de la chaîne d'assemblage de l'A350 XWB. Les visites sont adaptées aux enfants. Comptez entre 16 et 25 euros pour découvrir les infrastructures Airbus.

Les pulls fabriqués en France de Saint James

Paradis de la marinière et du pull marin Made in France, Saint James ouvre ses portes aux visiteurs. Situés à quelques kilomètres de la baie du **Mont-Saint-Michel**, les ateliers, labellisés Entreprise du patrimoine vivant, se visitent sur réservation du lundi au vendredi de 10 h 30 à 15 h 30. Le tarif est de 5 euros par personne. L'entrée est gratuite pour les enfants de moins de 12 ans. La visite peut se terminer par quelques achats dans la boutique du site de près de 300 m².

À LIRE AUSSI

[La crise énergétique va-t-elle mettre en péril le Made in France ?](#)

Les biscuits de l'atelier Saint Michel

Pour découvrir les secrets de fabrication **des galettes pur beurre de Saint Michel**, rendez-vous dans les ateliers situés en Loir-et-Cher. L'usine propose aux visiteurs de découvrir comment les pâtisseries confectionnent les biscuits emblématiques de la marque. La visite dure une heure et coûte trois euros par personne, deux euros pour les enfants de 6 à 12 ans et est gratuite pour les moins de 6 ans. À la fin, les visiteurs peuvent faire un détour par la boutique d'usine.

Les paquebots géants des chantiers navals de Saint-Nazaire

Les chantiers de l'Atlantique sont le berceau des plus grands **paquebots** du France, au Queen Mary 2 en passant par le Harmony of the Seas. Le site industriel accueille les visiteurs et leur fait découvrir la cale de construction et l'aire de prémontage de plus de 900 mètres de long, le très grand portique qui peut soulever jusqu'à 1 400 tonnes, le très haut portique... Au total, la visite guidée d'une durée de deux heures s'étend sur plus de 100 hectares. La réservation est obligatoire. Le prix de la visite est compris entre 9,50 euros, pour les enfants, et 19 euros.

Les secrets de fabrication des produits bio de Melvita

Melvita, la marque de cosmétique biologique, accueille les visiteurs dans son usine en Ardèche. La visite guidée permet de découvrir les étapes de fabrication de la gamme de produits de la marque lancée en 1983, de la plante jusqu'à la commercialisation du **cosmétique**. L'usine est ouverte du mardi au vendredi d'octobre à avril. La visite dure une heure et coûte deux euros pour les plus de 17 ans.

<https://www.capital.fr/entreprises-marches/tourisme-industriel-cinq-sites-a-decouvrir-pendant-les-vacances-de-la-toussaint-1482933>

🏠 > Entreprises & Finance > Services > Tourisme & Loisirs

Emploi : le gouvernement veut miser sur le « tourisme industriel » pour attirer les jeunes

A l'occasion des vacances de la Toussaint, le ministre délégué en charge de l'industrie, Roland Lescure, et Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme ont lancé le dispositif « tourisme industriel » à destination des jeunes. Roland Lescure s'est rendu, ce vendredi, dans l'un des fleurons de la gastronomie bourguignonne, l'usine de production de pain d'épices : Mulot & Petitjean, à Dijon.



Amandine Ibled
20 Oct 2023, 19:43



Roland Lescure et Catherine Petitjean visite l'usine de production de pain d'épices : Mulot & Petitjean, à Dijon.
(Crédits : Amandine Ibled)

Lorsque le visiteur pénètre pour la première fois dans l'atelier de fabrication Mulot & Petitjean, il ne peut être que saisi par l'odeur réconfortante et d'antan du pain d'épices... Qui n'aurait pas envie de travailler dans cet environnement qui sent bon et où tout le monde se connaît ? C'est précisément l'objectif des visites d'entreprise : attirer les jeunes talents. C'est pourquoi, le gouvernement souhaite développer davantage « le tourisme du savoir-faire en France », encore mal connu ou empreint de stéréotypes.

➤ **Article complet :** <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/tourisme-loisirs/emploi-le-gouvernement-veut-miser-sur-le-tourisme-industriel-pour-attirer-les-jeunes-981017.html>



LES ENTREPRISES INDUSTRIELLES S'OUVRENT AUX JEUNES PENDANT LES VACANCES DE LA TOUSSAINT

23/10/2023



© Gettyimages - SurfUpVector

Le ministre délégué en charge de l'Industrie, et le ministre déléguée aux Petites et Moyennes Entreprises, au Commerce, à l'Artisanat et au Tourisme, lancent le dispositif « tourisme industriel » destiné aux jeunes pendant les vacances scolaires de la Toussaint.

Les entreprises industrielles, également gardiennes du patrimoine régional, sont des piliers de l'économie locale. Malheureusement, elles restent souvent méconnues et victimes de préjugés. Pour remédier à cette situation, les ministres encouragent l'**ouverture de ces entreprises aux jeunes, en particulier pendant les vacances scolaires**.

Le dispositif « tourisme industriel » s'inscrit **dans le cadre de la loi « Industrie Verte »**, portée par le ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique et le ministre délégué en charge de l'Industrie. Pour rappel, cette loi vise à faire de la France un leader de l'industrie décarbonée en Europe.

EXPLORER L'INDUSTRIE PENDANT LES VACANCES DE LA TOUSSAINT

Le dispositif « tourisme industriel » est principalement destiné aux jeunes. L'objectif est de les **sensibiliser à l'industrie et aux métiers** qui y sont associés, en leur offrant la possibilité de visiter des entreprises industrielles. Il vise à élargir leurs horizons, à leur faire découvrir le monde de l'industrie, et à lutter contre les préjugés qui peuvent entourer ce secteur. L'association « Entreprise et Découverte », chargée de promouvoir les visites d'entreprises et de répertorier les sites industriels ouverts au public, est aux commandes de cette initiative.

La liste des entreprises industrielles qui accueilleront le public pendant les vacances de la Toussaint est disponible sur le site [Entreprise et Découverte](#). Ce dispositif est appelé à s'élargir et à être reconduit pour chaque période de congés scolaires.

LES ENTREPRISES MEMBRES DU DISPOSITIF « TOURISME INDUSTRIEL »



- Bourgogne-Franche-Comté
- Centre-Val de Loire
- Ile-de-France
- Nouvelle Aquitaine
- Normandie
- Provence Alpes Côte d'Azur
- Auvergne-Rhône-Alpes

- Bretagne
- Hauts-de-France
- Grand Est
- Occitanie
- Pays de la Loire
- Auvergne-Rhône-Alpes
- Autres entreprises participant au dispositif de leur propre initiative

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/entreprises-industrielles-ouvertes-aux-jeunes-toussaint>



- **Organiser une visite dans une usine pourrait être une excellente idée pour passer des vacances en famille.**
- **En 2022, vingt millions de personnes ont expérimenté la formule.**
- **Une équipe du 20H de TF1 a fait la visite aux côtés d'enfants, tous ravis de découvrir une fabrique de calissons à Aix-en-Provence (Bouches-du-Rhône).**

Partager

Ils ont choisi de se vêtir d'une tenue de travail pour leurs vacances. La Confiserie du Roy René à Aix-en-Provence fabrique des calissons depuis plus de cent ans. Les visiteurs ne se contentent pas de regarder d'en haut. Ils se plient également aux règles de l'agroalimentaire avant la première rencontre dans l'atelier.

Accéder au replay : <https://www.tf1info.fr/societe/video-reportage-vacances-actives-visiter-une-entreprise-2274816.html>



DÉTOURS

EN FRANCE

Tourisme industriel : les 20 spots à ne pas manquer



Publié par [Philippe Bourget](#) | Mis à jour le Nov 9, 2023

La France, malade de son industrie ? Si des pans entiers de ce secteur ont disparu depuis les années 1970, il reste des usines et des ateliers armés de savoir-faire uniques. Par bonheur, certains organisent des visites d'entreprises. Une occasion rare de découvrir des métiers captivants.

La savonnerie Marius Fabre, à Salon-de-Provence



La plus ancienne savonnerie familiale de France, à Salon-de-Provence dans les Bouches-du-Rhône, cultive depuis 1900 un savoir-faire qui a fait la réputation du « savon de Marseille » en France et dans le monde. La visite de l'atelier de la savonnerie Marius Fabre plonge dans un univers d'un autre temps : sous la charpente métallique, trois vieux chaudrons sont toujours utilisés pour cuire le savon noir. Un demi-étage au dessus, « l'atelier des mises » sert à couler la pâte. Une boutique (savons à base d'huile d'olive, produits cosmétiques...) complète l'heureuse découverte.

La confiserie Florian, à Tourrettes-sur-Loup



« Faiseur de douceurs depuis 1921 », affiche fièrement la petite entreprise, nichée dans une vieille bâtisse au fond de la vallée du Loup, à Tourrettes-sur-Loup, sur la Côte d'Azur. Odeurs de fruits confits, couleurs acidulées, tours de mains ancestraux... Dans cette confiserie des Alpes-Maritimes, l'offre touristique consiste à découvrir cinq ateliers gourmands transformant les fruits et les fleurs du sud (citrons, mandarines, jasmin, violette...) en délices de bouche.

Les Ateliers Bohin, à Saint-Sulpice-sur-Risle



C'est le dernier fabricant d'aiguilles et d'épingles de France. Niché depuis 190 ans au bord d'une rivière de l'Orne, en Normandie, ce site de tourisme industriel dévoile ses ateliers d'une autre époque, sous le cliquetis des vieilles machines fabriquant les aiguilles à coudre, les épingles de sûreté et celles à têtes de verre. Un musée moderne complète la visite, autour des métiers de l'aiguille et de la métallurgie régionale. Un savoir-faire normand unique !

Article complet : <https://www.detoursenfrance.fr/patrimoine/patrimoine-industriel/tourisme-industriel-les-20-spots-a-ne-pas-manquer-1042598>



Tourisme de savoir-faire en Martinique et lancement du Petit Futé sur le Patrimoine culturel immatériel de la Martinique

ACTUALITÉ

ACCÈS À LA CULTURE

PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL

PROTECTION DU PATRIMOINE

PRATIQUES, CONSOMMATIONS ET USAGES CULTURELS

MARTINIQUE

TOUS PUBLICS

Publié le 13.12.2023

Le tourisme de savoir-faire, une opportunité pour la Martinique !

A l'occasion du vingtième anniversaire de la convention UNESCO pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel 2003-2023, la Direction des affaires culturelles de la Martinique ainsi que ses partenaires ont organisé, le lundi 4 décembre, dans les locaux de Tanbou Bo Kannal, la restitution du diagnostic relatif au "Tourisme de savoir-faire en Martinique" et le lancement du guide touristique Petit Futé "Patrimoine culturel immatériel de la Martinique".

L'association loi 1901 "Entreprise et découverte" a remporté l'appel à projet national "Fonds Destination France" visant à développer, structurer et promouvoir la filière du tourisme de savoir-faire à l'échelle nationale, elle pilote les initiatives depuis 3 ans, à l'aide de ses nombreux partenaires publics et privés. Parmi les 11 régions de France concernées, la Martinique est la première en Outre-mer à mettre en oeuvre ce projet. C'est l'association "Karib'cultur" qui a été désigné comme représentant local d'Entreprises et Découverte" pour développer un plan d'actions sur l'île.

Article complet : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/DAC-Martinique/Actualites-de-la-DAC-Martinique/Tourisme-de-savoir-faire-en-Martinique-et-lancement-du-Petit-Fute-sur-le-Patrimoine-culturel-immateriel-de-la-Martinique>



Le savoir-faire français attire 20 millions de visiteurs



À retrouver dans le podcast



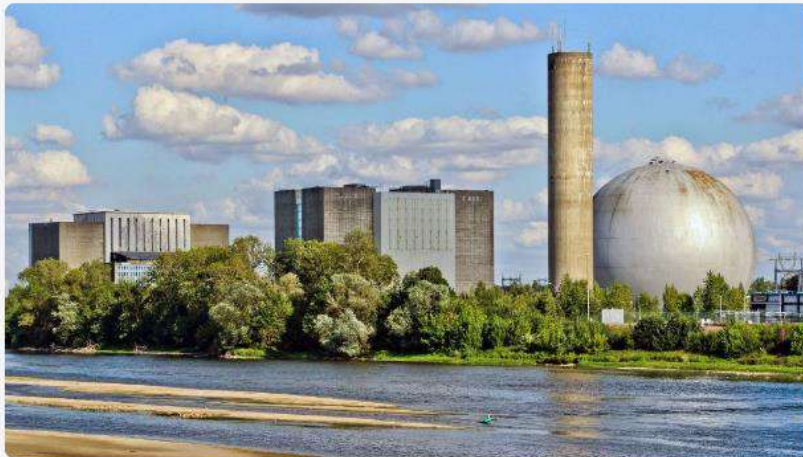
L'ÉCO DES VACANCES - L'ÉCO DES LOISIRS

De Atelier de création Grand-Est, Geneviève Clastres, Héroïse Erignac
France Bleu

De [Atelier de création Grand-Est](#)
[Geneviève Clastres](#), [Héroïse Erignac](#)

Saviez-vous qu'il est possible de visiter les chantiers de l'Atlantique, la centrale nucléaire de Chinon, les usines d'Airbus ou de découvrir comment sont fabriqués les parapluies de Cherbourg. C'est ce qu'on appelle le tourisme de savoir-faire.

Lundi 25 décembre 2023 à 6:29



Centrale Nucléaire de Chinon © Getty - Michel Gile

C'est une activité que l'on peut faire en famille ou entre amis. Longtemps les retraités ont été le premier public mais aujourd'hui, les familles ont pris les devants.

Cécile Pierre, déléguée générale d'Entreprise et Découverte qui propose des visites d'usines et d'atelier partout en France.

" C'est un tourisme populaire au sens premier du terme. Ce n'est pas un tourisme culturel élitiste. Toutes les catégories s'y intéressent. Et les deux faits marquants c'est d'une part que nous avons un maximum de public locaux et d'autre part que nous avons aussi une part croissante de touristes étrangers.

Le tourisme de savoir-faire est une exception culturelle française

Contrairement aux idées reçues, visiter une entreprise, c'est passionnant, mais surtout, c'est abordable. On entre pour moins de 10 euros dans les confiseries, savonneries, et autres fabriques de parfums ou ustensiles de cuisine.

On découvre la dernière usine qui fabrique des épingles et les vend dans le monde entier, ou bien comment on fabrique un jeans français.

En 2022, 20 millions de visiteurs ont découvert les fleurons du savoir-faire français, soit une augmentation de 40% en trois ans.

Pour les entreprises, c'est aussi l'occasion de vendre leurs produits en vente directe, et de "se vendre" auprès des jeunes notamment. Elles créent un dialogue entre salariés et visiteurs, font découvrir les métiers. C'est un enjeu de recrutement pour leur avenir.

À écouter



Diffusion du 24/10/2022

L'Éco des vacances - L'éco des loisirs



<https://www.francebleu.fr/emissions/l-eco-des-vacances-l-eco-des-loisirs/le-savoir-faire-francais-attire-20-millions-de-visiteurs-6174100>

II. PRESSE RÉGIONALE



© EDF - DHUMES Patrice



© L'Occitane - Sonia SCHLAENTZAUER



© Les Poteries d'Albi

à la rencontre de nos savoir-faire



Auvergne-Rhône-Alpes : plus de 400 entreprises ouvrent leurs portes aux visiteurs

La Cité du Chocolat Valrhona dans la Drôme, l'usine d'embouteillage de Volvic dans le Puy-de-Dôme, le fabricant de parapluie Piganiol dans le Cantal ou encore les caves de la Chartreuse dans l'Isère... toutes ces entreprises d'Auvergne-Rhône-Alpes ont le point commun d'accueillir des visiteurs dans leurs locaux. Un tourisme de proximité pour mettre en valeur leur savoir-faire et faire rayonner leur marque.



Réservé aux abonnés

Powered by ETX Studio

00:00/00:00

Emilie Valès

12 Juill 2023, 7:11



Le barrage de la Compagnie nationale du Rhône (CNR) à Génissiat dans l'Ain est ouvert au public depuis 2018. (Crédits : DR CNR)

Cela fait peut-être partie de votre programme pour ces vacances d'été... visiter une entreprise et découvrir son savoir-faire et ses méthodes de production. En Auvergne-Rhône-Alpes, elles sont 405 à ouvrir leurs portes aux touristes (plus de trois mois dans l'année) selon l'Observatoire que vient de publier Entreprise et Découverte, association spécialisée dans le tourisme de savoir-faire et la visite d'entreprise. Une belle progression puisqu'elles étaient 206 il y a 5 ans. Et le succès est au rendez-vous, puisque 1,7 millions de visites ont été dénombrées l'an dernier sur tout le territoire. C'est 40% de plus qu'il y a trois ans.

« C'est surtout un tourisme de proximité puisque le premier public des entreprises est interrégional et ce sont aussi très majoritairement des familles » détaille Alexis Bosson, délégué régional d'Entreprise et Découverte. « La filière qui attire le plus est l'agroalimentaire. Elle représente une visite sur deux. Mais il faut dire aussi que c'est le

- **Article complet :** <https://region-aura.latribune.fr/territoire/tourisme/2023-07-12/auvergne-rhone-alpes-plus-de-400-entreprises-ouvrent-leurs-portes-aux-visiteurs-968882.html>



AUVERGNE RHÔNE-ALPES

ATTRACTIVITÉ

Tourisme : les entreprises rhônalpines ont la cote !

18 juillet 2023



Sur la route des vacances, un nombre croissant de familles prennent le temps de visiter les entreprises de la région qui ouvrent leurs portes aux curieux. En 2022, 1,7 million de personnes ont visité 405 entreprises de la région dont un des joyaux est le spectaculaire site du barrage-centrale de Génissiat de CNR dans l'Ain.

L'observatoire 2023 d'Entreprise et Découverte, association de la visite d'entreprise, constate un doublement du nombre d'entreprises qui pratiquent cette forme de tourisme, qui renforce la notoriété tout rapportant un peu d'argent pour celles qui font payer l'entrée (pour un prix moyen de 9 euros). Le secteur alimentaire domine largement rassemblant 52 % des sociétés, grâce à des marques artisanales emblématiques comme la cité du chocolat Valrhona (Drôme), la distillerie Jean Gauthier (Ardèche) ou encore les caves de la Chartreuse (Isère). Les entreprises engagées comme le fabricant de jeans made in France 1083 (Drôme), la Cité de la Chaussure (Drôme) ou le spécialiste ardéchois de la cosmétique naturelle Melvita font le plein de visiteurs, comme les métiers d'art parmi lesquelles figurent en bonne position le producteur de calcite Les Fontaines Pétrifiantes de Saint Nectaire (Puy-de-Dôme), la maison Piganiol, fabricant de parapluies (Cantal) ou encore la coutellerie Laguiole Arbalète G.David (Cantal).

LOCALISATION **AUVERGNE RHÔNE-ALPES**

THÉMATIQUES **ATTRACTIVITÉ**

<https://www.lejournaldesentreprises.com/auvergne-rhone-alpes/breve/tourisme-les-entreprises-rhonalpines-ont-la-cote-2065556>



La visite d'entreprise, une vraie tendance !

TOURISME RESPONSABLE

Date de publication : 04/09/2023

La visite d'entreprise connaît en France un véritable essor. Ainsi, selon l'Observatoire 2023 Entreprise et Découverte, en Auvergne Rhône-Alpes, 1,7 million de visiteurs ont pratiqué cette activité dans 405 entreprises en 2022, soit une augmentation du nombre de visiteurs de 40% par rapport à 2020.



Ce type de visite répond à une tendance forte de ces dernières années qui privilégie l'expérientiel, la découverte des savoir-faire et le désir d'aller à la rencontre des professionnels et de les voir à l'oeuvre. Mais on note également que cette activité attire particulièrement un public de proximité, cherchant à mieux connaître le patrimoine et les entreprises de sa région. Près de 40% des entreprises reçoivent régulièrement des visiteurs en dehors de la haute saison, participant ainsi à la déconcentration des flux sur la période estivale.

Si ces visites permettent aux entreprises de montrer leur savoir-faire, elles sont aussi une source de profit grâce aux revenus générés par le prix des billets d'entrée (montant moyen de 9€, bien que 51% des visites soient gratuites) et surtout par les ventes de produits dans leurs boutiques (pour 77%), sachant qu'on achète plus volontiers à l'issue d'une visite (+ 30% en moyenne).

“

Le tourisme de savoir-faire est un vecteur de promotion des économies locales et du tourisme de proximité. Il est générateur d'échanges entre les habitants et les visiteurs et de véritables découvertes de nos territoires. C'est pourquoi l'Agence régionale du tourisme s'engage aux côtés de d'Entreprises et Découvertes en faveur du tourisme bienveillant, durable et responsable.

Fabrice Pannekoucke, Président d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

”

Quelques données chiffrées

- Plus de la moitié des entreprises visitées ont plus de 50 ans et plus d'un tiers ont plus de 100 ans.
- Ce sont les entreprises du secteur agroalimentaire qui remportent le plus de suffrages (52%), suivis des vins, bières et spiritueux (20%). Viennent enfin l'artisanat et les métiers d'art (13%), la mode et la cosmétique (9%) puis l'industrie, l'énergie et l'environnement (6%).
- Les familles constituent 52% du visitorat.
- 12% des visiteurs sont étrangers

Dans le top 10 des entreprises d'AURA visitées, on retrouve deux adhérents d'ONLYLYON Tourisme et Congrès : en 2e position la Cité du Chocolat Valrhôna (103 940 visiteurs), Brochier Soieries 1890 (20 000 visiteurs) en 8e position.

Plus d'informations sur entrepriseetdecouverte.fr/espace-pro

<https://pro.lyon-france.com/actualites-onlylyon-tourisme-et-congres/tourisme-responsable/la-visite-d-entreprise-une-vraie-tendance>



The screenshot shows the France 3 Auvergne Rhône-Alpes website interface. At the top, there is a navigation bar with the channel logo and icons for 'chez moi', 'programmes', and 'menu'. The main content area features a section titled 'Visites d'entreprises' with the subtitle 'Les chiffres de la progression'. Below this, a bar chart compares the number of company visits in 2023 (405) and 2020 (206), showing a +40% increase. A large graphic displays '1 700 000 visiteurs en 2022'. To the right, there is a video thumbnail showing a worker in a hard hat. Below the main content, there is a section for the program 'JT 12/13 - Rhône Alpes', which was broadcast on Friday, September 1, 2023, at 14 minutes, and is suitable for all audiences.

3 auvergne
rhône-alpes

chez moi programmes menu

Visites d'entreprises
Les chiffres de la progression
Source : Observatoire Entreprise et Découverte en Auvergne Rhône Alpes

Année	Nombre de visites
2023	405
2020	206

+40%

1 700 000
visiteurs en 2022

Tourisme Découvrez des entreprises

12/13 Rhône-Alpes

3 JT 12/13 - Rhône Alpes
Émission du vendredi 1 septembre 2023
diffusé le 01/09/2023 • 14min • tous publics

- Reportage et ITW d'Alexis Bosson, délégué régional : https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/programmes/france-3_auvergne-rhone-alpes_jt-12-13-rhone-alpes

Le tourisme d'entreprise progresse dans le Doubs

Trois entreprises du département ouvrent leurs portes au public pour faire découvrir leur savoir-faire. La région Bourgogne-Franche-Comté propose une aide pour encourager la démarche.

[Lire plus tard](#)[Commenter](#)[Partager](#)[Doubs](#)[Emploi et travail](#)

Des visites sont organisées au sein des caves d'affinage du comté Marcel Petite à Fort Saint-Antoine, dans le Doubs. (DR)

Publié le 2 août 2023 à 17:22 | Mis à jour le 29 août 2023 à 14:07

À pas comptés, le **tourisme d'entreprise** progresse dans le Doubs. Trois PME viennent de s'ajouter aux quarante-deux qui ouvrent déjà leurs portes au public. C'est peu au regard des quelque 3.000 entreprises du département. Mais les entreprises qui adoptent le concept dans le territoire représentent un quart de celles de la région Bourgogne-Franche-Comté (qui compte huit départements). Parmi les dix entreprises les plus visitées en 2022, quatre sont dans le Doubs.

Selon l'association Entreprise et découverte, qui promeut depuis dix ans le tourisme d'entreprise, chaque établissement de la région fait en moyenne découvrir sa fabrication à 3.000 visiteurs par an. « On travaille de la même manière depuis trois siècles malgré les évolutions technologiques. On veut le montrer aux Français », témoigne Siv-Chheng Tiv, directrice de la fonderie de cloches et ateliers cuir Dbertino Morteau.

➤ **Article complet :** <https://www.lesechos.fr/pme-regions/bourgogne-franche-comte/le-tourisme-dentreprise-progresse-dans-le-doubs-1967657>



[Accueil](#) [Bourgogne-Franche-Comté](#) [Doubs](#) [Culture](#) [Patrimoine](#) [Fier de nos Francs-Comtois](#)

PATRIMOINE



[Retour à la page de l'émission](#)

Fier de nos Francs-Comtois



Fier de nos boîtes et entreprises :
Alexis Bosson, délégué régional
Entreprise et Découverte Délégué
Régional Entreprise et Découverte

Le 2 août 2023



05 min

<https://www.francebleu.fr/emissions/fier-de-nos-franc-comtois/besancon>



SOCIÉTÉ

Tourisme : les Anis de Flavigny, l'entreprise la plus visitée de Bourgogne-Franche-Comté en 2022

La fabrique des Anis de Flavigny est l'entreprise la plus visitée de Bourgogne-Franche-Comté. Comment l'expliquer ? Et quel est l'intérêt pour cette société d'ouvrir aussi largement ses portes au public ? Reportage.

Flavigny-sur-Ozerain

De Adrien Beria

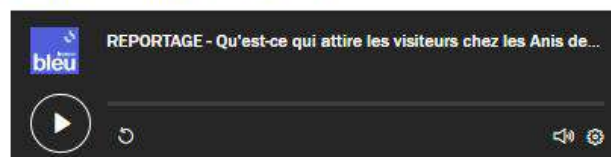
Lundi 7 août 2023 à 16:09

Par France Bleu Bourgogne, France Bleu Auxerre



Les visiteurs viennent découvrir les secrets des Anis de Flavigny © Radio France - Adrien Beria

Une fierté en plein cœur de l'été pour la fabrique des **Anis de Flavigny**, installée dans l'ancienne abbaye de Flavigny-sur-Ozerain (Côte-d'Or). Elle est l'entreprise la plus visitée de Bourgogne-Franche-Comté, selon les chiffres dévoilés par **Entreprise et Découverte**, association spécialisée dans les visites d'entreprises. 107.000 personnes ont visité la fabrique en 2022, un record historique pour l'entreprise cote-d'orientienne !



Comment expliquer ce succès ?

"C'est super de savoir qu'on est l'entreprise la plus visitée, il y a énormément de monde, c'est agréable", se félicite Gaëlle, guide aux Anis de Flavigny depuis quatre ans. Elle avance l'aspect "curiosité" des visiteurs, façon Charlie à la chocolaterie, qui veulent découvrir l'envers du décor de l'Anis le plus célèbre de France (du monde?). Notre guide met également en avant le cadre, Flavigny-sur-Ozerain faisant partie de l'association des "Plus beaux villages de France". Et la localisation, sur la route des vacances, non-loin de l'A6 - au prix d'un petit détour.

Les touristes sont nombreux, mais certains viennent également en voisins. "Je voulais voir comment c'est fabriqué, vu que j'en mange ! Je connaissais les bonbons mais pas l'abbaye", admet Karine, venue en famille de Dijon. "J'ai appris qu'il fallait 15 jours pour fabriquer un bonbon que je mange en deux minutes ..." (rires).

Faire visiter, quel intérêt pour l'entreprise ?

Les visites guidées sont gratuites. Après une présentation d'environ 15 minutes dans une salle dédiée, les groupes, composés d'une dizaine de personnes, partent à la découverte de la chaîne de fabrication et de conditionnement. À l'été 2023, une dizaine de salariés sont en charge des visites - dont sept saisonniers. Toute une organisation, désormais bien huilée, qui présente des avantages pour l'entreprise, au-delà de la vente directe des bonbons à la fin des visites.

"C'est notre meilleure communication, explique Vanessa Labaume, chargée de la promotion touristique aux Anis de Flavigny. On va pouvoir parler, être transparents, être proches de nos consommateurs et tisser des liens. La visite va nous permettre d'élargir notre public. On avait l'ancienne génération, qui connaissait le bonbon par son enfance : ils vont venir, et faire découvrir à leurs enfants. On va toucher aussi cette cible. De cette manière-là, on va agrandir notre clientèle, la fidéliser. C'est aussi une mise en valeur de nos métiers, ça peut susciter des vocations !".



Les visiteurs découvrent le fonctionnement de la chaîne de production © Radio France - Adrien Beris

Le classement de la fréquentation touristique en 2022

Au total, selon [Entreprise Découverte](#), association spécialisée dans les visites d'entreprises, 210 entreprises sont ouvertes au public en Bourgogne-Franche-Comté - pour 1,3 millions de visiteurs.

1. **Les Anis de Flavigny, Flavigny-sur-Ozerain, Côte-d'Or : 107.000 visiteurs**
2. **Verrerie La Rochère, Passavant-la-Rochère, Haute-Saône : 70.000 visiteurs**
3. **Château du Clos de Vougeot, Vougeot, Côte-d'Or : 60.000 visiteurs**
4. **Le Cassissium, Nuits-Saint-Georges, Côte-d'Or**
5. **Le Tuyé du Papy Gaby, Gilley, Doubs**
6. **Moutarderie Fallot, Beaune, Côte-d'Or**
7. **Caves d'affinage du Fort Saint-Antoine, Doubs**
8. **Château de Pommard, Pommard, Côte-d'Or**
9. **Distillerie Pierre Guy, Pontarlier, Doubs**
10. **Distillerie Les Fils d'Emile Pernot, La Cluse et Mijoux, Doubs**



3 bourgogne franche-comté

Accueil > Bourgogne-Franche-Comté > Bourgogne

Fallot, Mulot et Petitjean... où aller faire du "tourisme industriel" en Bourgogne pendant les vacances scolaires ?



L'entreprise Mulot et Petitjean à Dijon (Côte-d'Or) fait partie du dispositif "Tourisme industriel". © V. Piffeteau / France Télévisions

Pendant les vacances de la Toussaint, une centaine d'entreprises va ouvrir leurs portes aux jeunes générations dans le cadre du dispositif "tourisme industriel", pour attirer les jeunes dans le secteur de l'industrie. En Bourgogne, cinq sites sont sélectionnés.

Les vacances scolaires débutent dès ce samedi 21 octobre en Bourgogne, une période toujours appréciée par les plus jeunes avec un temps libre important. Et à cette occasion, le gouvernement lance le dispositif "tourisme industriel".

Pendant deux semaines, certaines entreprises vont ouvrir leurs portes pour permettre aux jeunes de découvrir leur fonctionnement. C'est l'association "Entreprise et Découverte" qui sera l'opérateur de cette initiative. L'objectif est de faire connaître le monde de l'industrie, qui reste méconnue ou victime de stéréotypes, et d'attirer les nouvelles générations. En Bourgogne, cinq sites ont été sélectionnés :

- Les anis de Flavigny - Flavigny-sur- Ozerain (Côte-d'Or)
- Fabrique Mulot et Petitjean - Dijon (Côte-d'Or)
- Manufacture Perrin - Montceau-les-Mines (Saône-et-Loire)
- Moutarderie Fallot - Beaune (Côte-d'Or)
- La Veuve Ambal - Montagny-lès-Beaune (Côte-d'Or)

Le ministre de l'industrie en visite en Côte-d'Or

Un dispositif initié par Roland Lescure, ministre délégué en charge de l'industrie, et Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des petites et moyennes, entreprises, du commerce, de l'artisanat et du tourisme.



Le ministre de l'industrie voit la fabrique de Mulot et Petitjean comme un exemple. ● © Amélie Douay - France Télévisions

Roland Lescure était justement présent en Côte-d'Or pour visiter la fabrique Mulot et Petitjean ce vendredi 20 octobre. Selon lui, cette entreprise bourguignonne est un exemple sur de nombreux points. *"C'est une entreprise patrimoniale, et elle reste dans la famille depuis dix générations. C'est aussi une entreprise où une femme passe le relais à une autre, et je suis très heureux de pouvoir mettre en avant les femmes dans l'industrie, car on n'en a pas assez", assure-t-il.*

"On arrive aux vacances scolaires, et je crois beaucoup en la capacité des entreprises via des visites de mettre en avant les savoir-faire pour attirer des jeunes hommes et femmes dans l'industrie. Pour attirer les jeunes, rien de tel que des visites dans des entreprises comme celle-ci !"

"Il est important d'attirer des jeunes talents"

Mettre en place des visites pour le grand public est loin d'être une nouveauté pour Mulot et Petitjean. La plus ancienne fabrique de pain d'épice en Bourgogne fait partie du dispositif "tourisme industriel".

"Il est important d'attirer des jeunes talents. Ce sont des métiers intéressants et on peut y faire carrière. On a toujours intérêt à ce que la lumière soit mise sur notre métier", explique Catherine Petitjean, directrice générale de l'entreprise.

“ On fait découvrir à nos visiteurs comment on produit notre pain d'épices. On veut faire preuve de transparence sur la production de pain d'épices mais aussi être didactique sur ce qu'est une entreprise de production. ”

Catherine Petitjean
Directrice général de la fabrique Mulot et Petitjean

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/bourgogne/fallot-mulot-et-petitjean-ou-aller-faire-du-tourisme-industriel-en-bourgogne-pendant-les-vacances-scolaires-2859929.html>



Tourisme économique. Trois entreprises bretonnes classées dans le Top 10 des entreprises françaises les plus visitées

📅 Maude Duval, le 6 juillet 2023

Trois entreprises bretonnes, finistériennes de surcroît, figurent au Top 10 des entreprises les plus visitées en France, palmarès fraîchement publié par l'observatoire national de l'association Entreprise et Découverte. Chaque année, les entreprises françaises ouvertes à la visite séduisent plus de 20 millions de curieux en France. La majorité d'entre elles (94%) sont des TPE/PME qui voient dans ce tourisme du savoir-faire un levier de notoriété et de ressources économiques.



Le tourisme du savoir-faire, levier de notoriété et de profit pour les entreprises ouvertes à la visite.

La visite d'entreprise constitue aujourd'hui un nouveau centre d'intérêt et de profit pour une part grandissante d'entreprises engagées. En France, l'observatoire national de l'association Entreprise et Découverte réalise un classement tous les deux ans et publie, à l'issue de celui-ci, le Top10 des entreprises les plus visitées en France. Dans ce cru 2023, la Bretagne est la région la plus plébiscitée avec trois entreprises lauréates : **la Biscuiterie de la Point du Raz (Plogoff - 29), en 7^e position avec 166 650 visiteurs à l'année, la Conserverie Courtin (Trégunc - 29) en 8^e position avec 153 300 visiteurs et la Biscuiterie de Pont-Aven (29) avec 138 420 visiteurs.**

« Avec 38% des visites cumulées, **l'agroalimentaire est toujours en tête des entreprises les plus**

engagées. Deux secteurs progressent par rapport à l'observatoire 2020 : "Vin, bière et spiritueux" et "Mode et cosmétique" », rapporte l'observatoire qui recense au total 3500 entreprises en France ouvertes aux visites, soit une augmentation de 75% en trois ans. « La France affirme et renforce sa place de leader de la visite d'entreprise, une véritable exception économique et culturelle française. »

Les entreprises familiales et patrimoniales sont les plus visitées

Plusieurs points communs et arguments de visite réunissent les entreprises engagées : **l'histoire souvent familiale et l'ancrage territorial des entreprises fondent les raisons de leur ouverture au public.** « La part d'entreprises de plus de 50 ans est en augmentation constante », souligne l'observatoire national qui pointe à 48% le nombre d'entreprises engagées qui ont plus de 50 ans et à 28% celles qui ont dépassé le siècle d'existence.

Pour attirer le public, le retenir et l'intéresser, **de plus en plus d'entreprises (40%) disposent d'un musée d'entreprise en complément de leur offre de visite.** La majorité (85%) possèdent une boutique en sortie de visite, boostant de 30% le prix du panier moyen, d'après l'association Entreprise et Découverte. Le Label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) est également un gage d'intérêt et de confiance du public qui plébiscite les entreprises reconnues par cette distinction.

Un tourisme de proximité

Autre avantage décrit : **le tourisme de savoir-faire est un tourisme de proximité puisqu'il attire et concerne en majorité des visiteurs de la région.** « Près de 50% des entreprises reçoivent des visiteurs sur les ailes de saison participant ainsi à la déconcentration des flux sur la période estivale », souligne l'Observatoire national, confirmant ainsi le levier d'attractivité augmentée par le biais de cette activité.

🔗 Découvrir l'association Entreprise et Découverte

<https://www.bretagne-economique.com/actualites/tourisme-economique-trois-entreprises-bretonnes-classees-dans-le-top-10-des-entreprises/>



ATTRACTIVITÉ

Tourisme économique. Ces entreprises qui ouvrent leurs portes aux visiteurs

📅 Maude Duval, le 1 août 2023

Si la météo éloigne les touristes des plages, elle peut les inciter à découvrir une autre facette de la Bretagne : sa diversité économique. En 2022, 185 entreprises bretonnes ont accueilli 1,2 million de visiteurs, selon l'association Entreprises et Découvertes qui recense et détaille cette activité touristique spécifique. Plus de la moitié de ces entreprises (56%) évoluent dans l'agroalimentaire.



A Morlaix, l'entreprise Grain de Saille a réalisé un parcours animé pour visiter ses ateliers.

Biscuiteries et conserveries ont la cote, mais pas que. Les verreries de Bréhat ou les établissements Yves Rocher à La Gacilly attirent aussi plusieurs milliers de visiteurs chaque année. Cet été encore, le tourisme dit économique va tirer son épingle du jeu (peut-être aidé par la météo qui favorise les activités à l'intérieur !). **Des centaines d'entreprises bretonnes ouvrent leurs portes, organisant même des circuits dédiés et des visites commentées.**

Ainsi, l'association Produit en Bretagne annonce [l'ouverture de 30 entreprises au public, pour les 30 ans du réseau](#). « A l'occasion de son anniversaire, **l'association Produit en Bretagne met en lumière 30 de ses adhérents qui ouvrent leurs portes au grand public**

cet été ou au cours de l'année. Visites guidées ou libres, dégustations, immersions..., toutes les occasions sont bonnes pour s'immerger au cœur de l'industrie bretonne », invite l'association.

>>> **Lire aussi :** [Tourisme économique. 38 entreprises du Finistère livrent leurs secrets le temps d'un été \(bretagne-economique.com\)](#)

Le tourisme de savoir-faire est un tourisme remarquable et durable, rappelle pour sa part [l'association Entreprises et Découvertes](#) qui recense chaque année l'activité générée par ces visites, dans les différentes régions de France. « [Région historique de la visite d'entreprise, les institutionnels du tourisme breton sont particulièrement actifs via l'organisation d'événements et l'accompagnement d'entreprises](#) », souligne l'association nationale.

<https://www.bretagne-economique.com/actualites/tourisme-economique-ces-entreprises-qui-ouvrent-leurs-portes-aux-visiteurs>

Actu > Bretagne

Tourisme en Bretagne : voici le top 10 des entreprises bretonnes les plus visitées

La Bretagne possède de nombreux atouts pour plaire. De plus en plus de personnes viennent faire du "tourisme de savoir-faire". 10 entreprises bretonnes se démarquent des autres.



À la conserverie Courtin, à Trégunc, l'espace découverte a plu au public. (©Le Progrès de Comouaille - Courrier du Léon.)

Par **Laure Gentil**

Publié le 9 Août 23 à 18:11

[Voir mon actu](#)

★ [Suivre Actu Rennes](#)

La **Bretagne**, et particulièrement ses biscuiteries, ont attiré les touristes en 2022. Selon Tourisme Bretagne et l'observatoire Entreprise et Découverte, il y a « un intérêt croissant pour le tourisme de savoir-faire ».

Pas moins d' **1 200 000 visiteurs** ont fait le déplacement pour visiter 185 entreprises bretonnes. Voici le top 10 des entreprises ayant accueilli le plus de monde en Bretagne.

- **Article complet :** https://actu.fr/economie/tourisme-en-bretagne-voici-le-top-10-des-entreprises-bretonnes-les-plus-visitees_59945377.html

Et si vous testiez le « tourisme d'entreprise » en Bretagne ?



Les vacances c'est le temps du repos ou au contraire de la fête chez certains, des plaisirs de la mer, de la campagne ou de la montagne, d'activités nature à pratiquer, de la découverte de villes, de monuments ou de musées pour d'autres. Et pour quelques-uns, c'est aussi l'occasion de visiter des lieux que l'on n'a pas l'habitude de fréquenter aussi bien d'ailleurs en congés que le reste du temps.

À ce sujet on connaissait déjà le tourisme industriel qui, dans l'hexagone, peut vous plonger au cœur du bassin minier des Hauts-de-France ou bien des vestiges de sites métallurgiques comme dans l'Est. Également le tourisme de mémoire sur les traces de ces lieux qui ont compté lors des dernières guerres; de la ligne Maginot à tous ces cimetières et autres mémoriaux de 14-18 du Nord de la France qui viennent justement d'être inscrits cette année au patrimoine mondial de l'Unesco.

Mais par contre, on ne connaissait pas vraiment ce que l'on pourrait qualifier de « tourisme d'entreprise ».

Même si cela existe depuis déjà longtemps, il semblerait que cette activité se structure désormais de mieux en mieux et attire de plus en plus de monde. Pas simplement quelques centaines de passionnés comme on pourrait à la limite le penser, mais au contraire des dizaines et même parfois des centaines de milliers de visiteurs intéressés pour découvrir telle ou telle entreprise...

Le tourisme d'entreprise, c'est quoi ?

C'est tout simplement la découverte de lieux liés à des domaines d'activités comme l'agriculture, la viticulture, le maritime, l'environnement, la gastronomie, l'artisanat ou tout autre secteurs du genre. Des visites d'entreprises qui permettent de s'immerger dans leur « vie de tous les jours », leur production, leur fonctionnement. Et cela dans autre chose qu'un simple musée ou des espaces créés pour l'occasion. Bref, une plongée dans la réalité...

Un bon exemple avec la Bretagne

S'il est une région où l'on observe un intérêt croissant pour ce tourisme de savoir-faire, c'est bien la Bretagne. On y dépasse maintenant le million de visiteurs qui se rendent chaque année à la découverte de plus de 150 entreprises qui se proposent d'ouvrir leurs portes au grand public.

Et le choix est vaste. Qu'il s'agisse de l'ostréiculture, du nautisme, du maritime, de l'agroalimentaire, en passant par l'artisanat, la récolte de la fleur de sel, des algues ou de l'ormeau, tout ce patrimoine vivant de la Bretagne propose des expériences immersives. Avec une mention spéciale pour les biscuiteries et conserveries qui tiennent ici le haut du pavé en matière de fréquentation.

Dans tous les cas, ce sont des expériences originales, hors sentiers battus pour des vacances, qui ne demandent qu'à être testées. Alors, pourquoi pas vous ?

Le Top10 des entreprises les plus visitées de Bretagne (fréquentation annuelle)

- 1- Biscuiterie de la Pointe du Raz, Plogoff (29) : 167 000 visiteurs
- 2- Conserverie Courtin, Trégunc (29) : 153 500 visiteurs
- 3- Biscuiterie de Pont Aven (29) : 138 500 visiteurs
- 4- Biscuiterie de Concarneau (29) : 118 000 visiteurs
- 5- Biscuiterie de la Maison Guella, Cancale (35) : 80 000 visiteurs
- 6- Criée du Guilvinec (29) : 62 500 visiteurs
- 7- Verreries de l'île de Bréhat (22) : 50 000 visiteurs
- 8- Yves Rocher, La Gacilly (56) : 33 000 visiteurs
- 9- Usine marémotrice de La Rance, La Richardais (35) : 30 500 visiteurs
- 10- La Ferme marine de Cancale (35) et la Chocolaterie Chatillon de Pleyben (29) : 20 000 visiteurs.

<https://partir.ouest-france.fr/magazine/et-i-vous-testiez-le-tourisme-dentreprise-en-bretagne/>



Accueil > Grand Est > Vosges > Infos > Économie - Social > Deux confiseries vosgiennes parmi les entreprises les plus visitées de France

ECONOMIE - SOCIAL

Deux confiseries vosgiennes parmi les entreprises les plus visitées de France

L'association Entreprise et Découverte vient de publier les résultats de son observatoire de la visite d'entreprise. La confiserie des Hautes-Vosges est l'entreprise agroalimentaire la plus visitée de France, suivie par la confiserie bressaude.

La Bresse

Plainfaing

De Cédric Lieto

Lundi 7 août 2023 à 11:36 - Mis à jour le lundi 7 août 2023 à 14:26

Par France Bleu Sud Lorraine, France Bleu Lorraine Nord, France Bleu Alsace



Bonbons de la confiserie bressaude © Maxppp - Philippe Mercacci

Les confiseries vosgiennes réunissent toujours plus de visiteurs. L'association Entreprise et Découverte qui veut promouvoir la visite d'entreprises a publié [les résultats de son observatoire 2023 des visites d'entreprises](#).

Dans la catégorie agroalimentaire, c'est **la confiserie des Hautes-Vosges à Plainfaing** qui réunit le plus de visiteurs au niveau national avec 260 000 visiteurs (données de 2022) devant **la confiserie bressaude à la Bresse avec 185 000 visiteurs**. Ces deux sites très fréquentés réussissent la performance d'être dans le top 10 des entreprises les plus visitées de France tous secteurs confondus.

La confiserie des Hautes-Vosges est la troisième entreprise la plus visitée de France derrière les sites d'EDF et la verrerie de Biot dans les Alpes Maritimes. La confiserie bressaude se place au cinquième rang devancée par les caves de Gan Jurançon dans les Pyrénées Atlantiques.

Les entreprises ont accueilli selon l'association Entreprise et Découverte 20 millions de visiteurs en 2022.

En région, Vosges

Les bonbons des Vosges attirent les touristes : « Les consommateurs veulent de la transparence »

Les confiseries de Plainfaing et La Bresse sont les deux sites alimentaires les plus visités en France. Un tourisme de savoir-faire aujourd'hui plébiscité.



En 2022, près de 450 000 visiteurs sont allés découvrir les recettes des bonbons dans les deux confiseries vosgiennes. DR



Par Antoine Pétry

Le 19 août 2023 à 08h45

Quel est le secret du succès des bonbons des Vosges ? Avec 260 000 visiteurs l'an passé, [la confiserie des Hautes-Vosges à Plainfaing](#) et la confiserie Bressaude à La Bresse (185 000 visiteurs) sont les deux entreprises agroalimentaires les plus visitées de France selon le classement établi par Entreprise et découverte, l'association nationale de la visite d'entreprise. Celle des Hautes-Vosges arrive même troisième toutes catégories confondues d'un palmarès dominé par EDF.

« À l'origine, ces visites étaient destinées aux sceptiques qui n'imaginaient pas que la production était totalement locale », sourit Mathilde Méténier, responsable marketing de la Confiserie des Hautes-Vosges. « Après, le bouche à oreille a fonctionné. Le nombre des visites est ainsi passé de 30 000 en 1988, deux ans après la création de l'entreprise, à 130 000 en 1998, puis 240 000 en 2018... »

- Article complet : <https://www.leparisien.fr/vosges-88/les-bonbons-des-vosges-attirent-les-touristes-les-consommateurs-veulent-de-la-transparence-19-08-2023-5URIJ3BWLJBATJSWUPLYSEK44U.php>



Deux confiseries vosgiennes dans le top 10 des entreprises les plus visitées de France

© 07 août, 2023 Celia Klein A la Une, Tourisme, Vosges 0

▶ Écouter cet article



L'association Entreprise et Découverte a publié les résultats de son observatoire 2023 des visites d'entreprises et surprise deux confiseries vosgiennes arrivent dans le top 10 des entreprises les plus visitées de France. La confiserie des Hautes-Vosges est même l'entreprise agroalimentaire la plus visitée de France.

La Confiserie des Hautes Vosges, à Plainfaing est une entreprise artisanale et familiale qui existe depuis 1986. Spécialisée dans les bonbons durs, dits sucre cuit, elle est aujourd'hui le site agroalimentaire le plus visité de France et accueille plus de 220 000 visiteurs. On y trouve le fameux bonbon des Vosges aux Bourgeons de Sapin des Vosges, l'Eucalyptus, la Bergamote, le Bonbon au Miel, le Coquelicot, la Réglisse, la Myrtille, la Violette...

L'association Entreprise et Découverte a publié les résultats de son observatoire 2023 des visites d'entreprises et dans la catégorie agroalimentaire, c'est la confiserie des Hautes-Vosges qui réunit le plus de visiteurs au niveau national.

Elle arrive devant la confiserie bressaude à la Bresse. Elle fabrique des bonbons traditionnels Vosgiens et Lorrains et autres douceurs, comme les nougats et les fameux Flocons de neige ou les gommages.

Dans la région, 290 entreprises ont accueilli 2 000 000 visiteurs. Le Grand Est est une région majeure de la filière du tourisme de savoir-faire, tant par le nombre d'entreprises ouvertes au public, que le nombre de visiteurs. Dans cette région le potentiel de développement de la visite d'entreprise est encore très important.

<https://epinalinfos.fr/2023/08/deux-confiseries-vosgiennes-top-10-entreprises-plus-visitees-de-france/>

Dunkerquois : le tourisme industriel, une activité actuellement en plein boom

Par Olivier Dufourg

Publié : 28 Mai 2023 à 07h00 Temps de lecture:3 min

Le tourisme, ce n'est pas que les plages, les hôtels, les restaurants, la découverte d'un patrimoine local ou la pratique d'activités de loisirs. Le tourisme, ça peut aussi être la découverte d'un secteur d'activité qui caractérise un territoire, comme l'industrie. Et dans le Dunkerquois, l'activité a le vent en poupe. Zoom.



Concernant les centrales nucléaires, celle de Gravelines est la plus visitée en France avec celle de Flamanville (Manche).

EDF et la centrale de Gravelines

Aujourd'hui, on entend dire beaucoup de choses sur le nucléaire, et pas forcément positives. Est-ce pour cette raison qu'EDF reçoit chaque année énormément de demandes de visites de particuliers, désireux de se faire eux-mêmes une opinion ?

Seule certitude : avec 500 000 visiteurs par an (grand public, scolaires, associations, comités de direction d'entreprises...), EDF est la deuxième entreprise la plus visitée en France et la première au niveau des industries. Et concernant les seuls sites nucléaires, celui de Gravelines est le plus visité avec Flamanville (Manche). Soit 7 900 visiteurs en 2022, dont 4 000 accueillis « hors les murs » (avec des casques de réalité virtuelle lors du Village du futur, à la Fabuleuse factory...).



Le reste (3 900 visiteurs) a été directement accueilli sur les installations (salle des machines, notamment) et au centre d'information Odysselec du site (scénographie pédagogique, quiz, jeux, documentation...). 59 % de ces visiteurs ont été des scolaires (dès la troisième), désireux de venir découvrir les métiers du nucléaire. Nul doute que la volonté nationale de réindustrialisation suscite chez les jeunes un regain d'intérêt pour l'industrie, surtout depuis l'annonce de gros projets dans le Dunkerquois, dont la construction d'un EPR2 à la centrale de Gravelines.

Visites gratuites. Renseignements : centrale-gravelines@edf.fr (e-mail).

Port Center

Chaque jour, de nombreux habitants du Dunkerquois longent le domaine du Grand Port maritime de Dunkerque et ses installations gigantesques. Mais qui le connaît vraiment ? Pour que les habitants se réapproprient leur port, le Port Center a été créé

au Musée portuaire. Objectifs : expliquer l'activité portuaire et proposer des visites en bus.



Christelle Miot, directrice du Port Center, explique : « Nous avons repris notre activité début 2022, après deux années d'arrêt liées au Covid. Depuis, les gens sont revenus assez vite et l'année dernière a été plutôt fructueuse. »

En chiffres, cela donne 3 850 visiteurs (particuliers, scolaires, associations, entreprises...) accueillis au Port Center et soixante bus affrétés pour visiter le port (17 km du port est au port ouest), pour un total de 2 100 participants. « Pour notre première année complète d'exploitation, qui est donc une année de référence, nous sommes vraiment très satisfaits, reprend Christelle Miot. 2023 a démarré sur les chapeaux de roue avec déjà 1 521 visiteurs accueillis au Port Center à la fin avril et 31 visites en bus ont été faites pour un total de 950 participants. »

Entrée gratuite pour le Port center. Visites du port en bus : tarif sur demande.
Renseignements : contact@dunkerqueportcenter.fr ; www.dunkerqueportcenter.fr. Musée portuaire de Dunkerque, 9, quai de la Citadelle, Dunkerque. Tél. : 03 28 63 33 44.



Terminal méthanier

En 2022, le site a accueilli plus de 900 personnes : scolaires, grand public et entreprises. Et cette année, il rouvrira ses portes au grand public le samedi 16 septembre, à l'occasion des Journées européennes du patrimoine. Une deuxième date sera proposée lors des vacances de décembre.

Visites gratuites. Pour connaître les modalités pratiques de l'inscription : visite@dunkerquelfno.com (e-mail).

Autres sites industriels

D'autres industriels du Dunkerquois, comme ArcelorMittal ou Aluminium Dunkerque (20 à 30 visites par an pour des groupes d'une dizaine de personnes), proposent des visites, mais essentiellement à leurs clients et aux familles des salariés. Le grand public n'est pas concerné pour des raisons de sécurité, notamment.

Du Dunkerquois... et d'ailleurs

La centrale de Gravelines est aujourd'hui la plus sollicitée pour des visites. Et concernant les établissements scolaires, les demandes dépassent même les frontières du Dunkerquois. Illustration avec le lycée général et technologique Henri-Martin, à Saint-Quentin, dont une quarantaine d'élèves viennent de découvrir le site.



Dunkerquois d'origine, Jérémie Monteyne, professeur d'histoire-géographie (photo ci-dessus), explique : « Quand ils ont vu ces industries gigantesques implantées en bord de mer, ce qu'ils ne connaissent pas à Saint-Quentin, les élèves ont été intrigués par une telle dimension. L'objectif de cette visite est de leur présenter des filières qu'ils ne connaissent pas et qui sont porteuses d'emploi. Nous voulons les inciter à y aller et leur démontrer qu'ils sont capables de le faire. »

<https://www.lavoixdunord.fr/1332627/article/2023-05-28/dunkerquois-le-tourisme-industriel-une-activite-actuellement-en-plein-boom>

Trois des cinq entreprises les plus visitées de la région sont dans l'Audomarois

Ce classement réalisé par l'association Entreprise et Découverte est flatteur pour l'Audomarois. La Goudale figure en tête de ce classement régional. Les Faiseurs de bateaux et la distillerie Persyn ne sont pas loin.



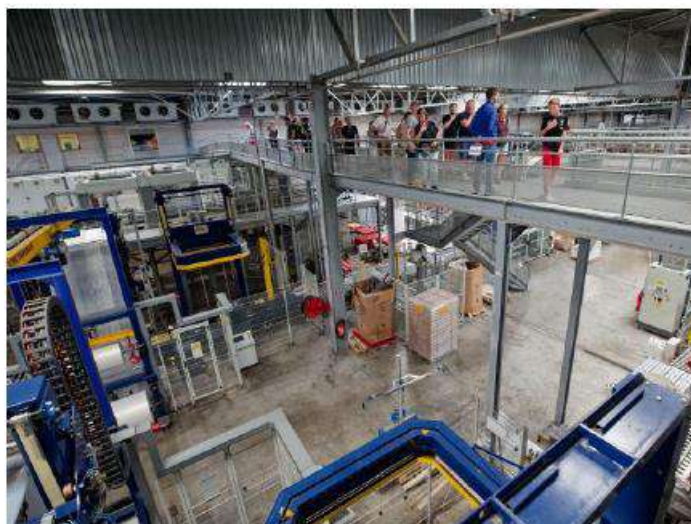
La brasserie Goudale, à Arques, est l'entreprise la plus visitée des Hauts-de-France.
PHOTO JOHAN BEN AZZOUC

Par Julien Cokelaer
Publié: 23 Août 2023 à 07h55

L'Audomarois, territoire star de la visite d'entreprise dans les Hauts-de-France

Lorsque Jérémie Flandrin, responsable aux faiseurs de bateaux, a appris que son entreprise était la deuxième plus visitée des Hauts-de-France, il a été « agréablement surpris surtout que je ne savais même pas qu'il y avait un classement

». Pour ainsi dire, nous non plus. Et pourtant, il est riche d'enseignement. C'est l'association Entreprise et découverte qui le réalise. Et le verdict est sans appel : parmi les cinq premières entreprises, trois sont audomaroises



En tête, il y a la brasserie Goudale avec plus de 50 000 visiteurs. « C'est le blockbuster de la visite d'entreprises », selon Jade Bailleul, de l'antenne Hauts-de-France de l'association [Entreprise et découverte](#). Médaille d'argent donc pour [Les faiseurs de bateaux](#) (19 500 visiteurs). Et à la cinquième place, on trouve la distillerie Persyn, située à Houlle, avec 6 250 visiteurs annuels. Grand absent de ce classement, la cristallerie Arc France qui n'a pas réalisé beaucoup de visites cette année, « mais qui accueille d'ordinaire près de 14 000 visiteurs annuels », précise Jade Bailleul.

Pour la Goudale, une volonté dès sa construction

Voir [la brasserie Goudale](#) en tête de ce classement n'est pas une surprise car dès sa construction, André Pecqueur a voulu ouvrir son usine aux visiteurs : « La volonté d'en faire un lieu touristique était déjà présente dès l'origine parce que je ne voulais pas d'un lieu fermé, je voulais que les gens parlent de leur brasserie ». La visite de la brasserie arquoise est rodée avec le film de présentation avant d'aller voir de ses propres yeux les installations et d'achever par une dégustation (avec modération bien sûr).

Avec des détails qui font la différence. « Une brasserie, ça fait souvent du bruit et j'ai déjà fait des visites où le guide avait du mal à se faire entendre, c'est pour ça qu'on a mis en place les casques », explique le patron de Goudale et de la brasserie de Saint-Omer. « Cela joue aussi dans l'attachement à la marque, y compris pour les visiteurs d'autres régions qui retrouvent ensuite les bières près de chez eux ». Un outil touristique qui sert aussi à la communication de l'entreprise.

« On profite que l'Audomarois soit devenu une destination touristique »

Pour [Lionel Persyn, de la distillerie éponyme](#), la bonne représentation de l'Audomarois dans ce classement s'explique aussi par le fait que « notre territoire est devenu une destination à part entière, grâce au travail de l'office du tourisme ». Régulièrement, je croise « des gens qui visitent la brasserie et notre entreprise dans la même journée, ça leur fait un choc des mondes (rires) ».



La distillerie Persyn accueille de nombreuses visites. PHOTO ARCHIVES ZACK AJILI

Même son de cloche du côté de [Jérémie Flandrin](#), « *le fait qu'on parle de plus en plus de Saint-Omer n'est pas sans effet, les touristes restent plusieurs jours le temps de tout découvrir* ». Contrairement à la brasserie Goudale, ces deux sites ont développé le volet touristique comme un plus, devenu par la suite, une part non négligeable de l'activité de l'entreprise.



Les faiseurs de bateaux allient les visites dans le marais avec la découverte de leur atelier, unique en son genre. PHOTO ARCHIVES JOHAN BEN AZZOUZ

Le tourisme de savoir-faire plaît de plus en plus

De manière générale, les visites d'entreprises se développent de plus en plus dans les Hauts-de-France. « *On a dénombré 340 000 visiteurs cette année, soit une hausse de 40 % depuis 2019* », détaille Jade Bailleul. Il existe 160 entreprises qui ouvrent leurs portes dans la région. « *On a senti un engouement pour les visites après le Covid, parce que ce sont des lieux où elles se font en petits groupes. Ce sont aussi beaucoup de visiteurs locaux qui viennent découvrir ce qui se passe près de chez eux* », analyse la responsable Hauts-de-France. Pour Jérémie Flandrin, « *tout ce qui est dans la tradition attire, on sent une envie de renouer avec la nature et l'artisanal, une quête de simplicité* ».

Le top 10 des entreprises les plus visitées dans les Hauts-de-France

1. La brasserie Goudale (Arques) : 50 280 visiteurs
2. Les faiseurs de bateaux (Saint-Omer) : 19 500 visiteurs
3. [Chocolaterie de Beussent-Lachelle](#) (Beussent) : 9 100 visiteurs
4. [Centrale nucléaire de Gravelines](#) : 7 940 visiteurs
5. Distillerie Persyn (Houlle) : 6 250 visiteurs
6. [Clouterie Rivierre](#) (Creil) : 3 050 visiteurs
7. [Centrale thermique de Bouchain](#) et [Pocheco](#) (Forest-sur-Marque) : 3 000 visiteurs
8. La [micro-brasserie Célestin](#) (Lille) : 2 500 visiteurs
9. [Natur'pom](#) (Nortkerque) : 2 300 visiteurs
10. [Brasserie Thiriez](#) (Esquelbecq), [Brasserie Castelain](#) (Bénifontaine), [Dunkerque LNG](#) et [Conserverie de Saint-Christophe](#) (Argoules) : 2 000 visiteurs

<https://www.lavoixdunord.fr/1364452/article/2023-08-23/trois-des-cinq-entreprises-les-plus-visitees-de-la-region-sont-dans-l-audomarois?referer=%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Dlastyear%26sort%3Ddate%2Bdesc%26word%3DSaint%2Bomer>

Le tourisme de savoir-faire en plein essor

En 2022-2023, pour la première fois, le tourisme de savoir-faire est inscrit dans le schéma de développement touristique de l'ensemble des régions. L'association nationale de la visite d'entreprise «Entreprise et Découverte» œuvre pour le développement de cette nouvelle offre culturelle française. Décryptage d'une tendance qui prend de l'ampleur.

PAR CHARLOTTE DE SAINTIGNON - 10 AOÛT 2023



Le secteur des «vins, bières et spiritueux» progresse par rapport à l'observatoire 2020. © LeoncioJesus



Vingt millions d'entrées en 2022, soit une augmentation de 40% en trois ans. «*Les Français redécouvrent les entreprises de leurs territoires, une relation de confiance s'engage*», note avec satisfaction l'observatoire «Entreprise et Découverte» qui vient de révéler les chiffres des visites d'entreprise. Quelque 3 500 entreprises se seraient ainsi prêtées au jeu en 2022, soit une augmentation de 75% en trois ans. «*La France affirme et renforce sa place de leader de la visite d'entreprise, une véritable exception économique et culturelle française*», révèle le rapport. Au même titre que les touristes vont découvrir musées et châteaux, ils visitent des entreprises porteuses de savoir-faire qui constituent la richesse et le patrimoine de la France.



Près du Mont-Saint-Michel, la Maison Pèlerin est l'une des entreprises les plus visitées de France

Avec 140 000 visiteurs en 2022, la Maison Pèlerin, à Beauvoir (Manche), est l'entreprise la plus visitée de Normandie. Neuvième au top national, l'atelier boutique sur la route du Mont-Saint-Michel fête cette année ces cinq ans.

Ouest-France
Audrey VAIRÉ,
Publié le 14/08/2023 à
19h00



La Maison Pèlerin, à Beauvoir (Manche), est l'entreprise la plus visitée de la région. | OUEST-FRANCE

« Et si on prenait ce paquet de caramels pour nous et un plus grand pour tes parents ? » Panier en main, ces touristes venus d'Angers ([Maine-et-Loire](#)) sont en plein débat devant le tout premier rayon de la Maison Pèlerin. L'enjeu est important : avec leur fille Marion, Emmanuel et Claudine cherchent des bons produits à offrir aux parents d'Alexis, le compagnon de la jeune femme. « Ils viennent de Nice, donc ils vont découvrir », se réjouit l'intéressé.

Le petit groupe revient du [Mont-Saint-Michel](#). Au bout de cinq minutes de route vers Beauvoir, ils ont été attirés vers ce grand atelier boutique. « On s'est dit qu'on pourrait y faire notre shopping tout en s'abritant de la pluie », glissent les vacanciers. Même son de cloche chez Georges et Nathalie, un couple de quinquagénaire. « Quand on a vu sur les affiches qu'ils vendaient des produits régionaux et artisanaux, ça nous a donné envie », ajoutent ces bourguignons.



L'espace dégustation de la Maison Pèlerin. Derrière le comptoir, Jean-Marc Talvas fait goûter différents produits aux clients. | OUEST-FRANCE

➤ **Article complet :** <https://www.ouest-france.fr/normandie/beauvoir-50170/pres-du-mont-saint-michel-la-maison-pelerin-est-lune-des-entreprises-les-plus-visitees-de-france-fc7bcf24-385c-11ee-87b2-9bdf3606b1ab>



Vains. La ferme des Cara-Meuh attire tout autant

Ouest-France
Audrey VAIRÉ
Publié le 15/08/2023 à
05h06

Abonnez-vous

LIRE PLUS TARD

PARTAGER

Votre e-mail OK



La ferme des Cara-Meuh ! à Vains se visite toute l'année. | LA FERME DES CARA-MEUH !

La Maison Pèlerin à Beauvoir n'est pas la seule entreprise du Sud-Manche à figurer dans le top des entreprises les plus visitées de France en 2022. Selon l'Observatoire national entreprise et découverte, la ferme des Cara-Meuh !, à Vains, est numéro 1 dans la catégorie des très petites entreprises, avec 70 000 visiteurs l'an passé. Et troisième toutes catégories confondues à l'échelle normande.

La ferme pédagogique bénéficie elle aussi de son emplacement, au cœur de la baie du Mont-Saint-Michel près du point de vue réputé de la pointe du Grouin du sud. Depuis un réaménagement en 2013, l'exploitation permet d'accueillir le public, qui peut y découvrir ce qui se passe dans les ateliers grâce à des baies vitrées et des vidéos.

Découvrir la traite, la production, les animaux

« On y découvre ce qui s'y passe en temps réel, en toute transparence », souligne l'un des gérants, Jason Lefranc. Il cite aussi la gratuité comme une des raisons de ce succès : pas besoin de payer pour découvrir les animaux, la traite des vaches, la production du beurre, du fromage blanc...

Ouverte toute l'année à l'exception de dix jours, l'endroit est aussi en majeure partie accessible aux poussettes ou fauteuils. « Nous avons développé un parcours pédagogique après la crise sanitaire, qui permet une visite en autonomie », rappelle le gérant.

Une boutique permet d'acheter les différents produits de la ferme (beurre, viande, glace, fromages...), ainsi que des produits d'artisans locaux (jambon, rillettes, plats cuisinés...). « Grâce à la diversification de ses activités, la ferme des Cara-Meuh est devenue un incontournable lieu à visiter, se réjouit Jason Lefranc. Et souvent on repart avec une image un peu différente de celle qu'on s'était faite d'une ferme. »

<https://www.ouest-france.fr/normandie/vains-50300/la-ferme-des-cara-meuh-attire-tout-autant-b798a62e-3a92-11ee-b9f9-bf0ba327639a>

Vains. La ferme des Cara-Meuh ! a accueilli 70 000 visiteurs l'année dernière

Economie. Elle apparaît comme la très petite entreprise la plus visitée en France !

Publié le 14/08/2023 à 11h52



La ferme Cara-Meuh à Vains Saint-Léonard est devenue un lieu incontournable à visiter. L'année dernière, 70 000 personnes s'y sont rendues.

Article complet : <https://www.lamanchelibre.fr/actualite-1072525-vains-la-ferme-des-cara-meuh-a-accueilli-70-000-visiteurs-l-annee-derniere>

Accueil > Nouvelle-Aquitaine > Creuse > Aubusson

Vacances : la cité internationale de la tapisserie d'Aubusson bat des records de fréquentation

🕒 durée de la vidéo : 00N03mn44s



9000 visiteurs en juillet ! La cité est désormais un lieu incontournable du tourisme en Nouvelle Aquitaine. Alors pourquoi ne pas aller faire une petite visite en Creuse, à l'abri du vent et de la pluie ? Intervenants : Emmanuel Gérard, directeur de la Cité internationale de la tapisserie et Philippe Estellias, président de l'Office de tourisme Aubusson-Pelletin • ©Frédéric Cans et Nicolas Chigot - Montage : Xavier Beaudet - France Télévisions

9000 visiteurs en juillet ! La cité est désormais un lieu incontournable du tourisme en Nouvelle Aquitaine. Alors pourquoi ne pas aller faire une petite visite en Creuse, à l'abri du vent et de la pluie ?

Dans le hall d'entrée de la cité internationale de la [tapisserie d'Aubusson](#), c'est l'affluence. Au mois de juillet, environ **9000 visiteurs sont venus découvrir ce savoir-faire** et admirer les œuvres exposées

“ Aujourd'hui, vous avez des visiteurs de toute la France (...) et c'est vrai que nos grandes aventures tissées, je pense à "Aubusson tisse Tolkien", je pense à la tenture Miyazaki, ont contribué très fortement à cette curiosité.

Emmanuel Gérard - directeur de la cité de la tapisserie
à France 3 Limousin

”

Au fil des ans, la cité de la tapisserie devient incontournable... Plus de 40 000 personnes devraient la visiter en 2023. C'est quatre fois plus qu'il y a deux ans.

Ce savoir-faire lié à des entreprises est le 3^e site le plus attractif de la région derrière la Cave de Gan-Jurançon et l'atelier du Piment d'Espelette.

Le savoir-faire en Nouvelle-Aquitaine, une formule qui a la cote

Avec ses **520 entreprises** ouvertes à la visite, la Nouvelle-Aquitaine se félicite, dans un communiqué, d'arriver au **top du podium** du nombre d'entreprises ouvertes à la visite, devant l'Occitanie et la Provence-Alpes-Côte d'Azur.

"Avec **3,7 millions de visiteurs accueillis dans les entreprises de la région**, le tourisme de savoir-faire néo-aquitain connaît un **développement sans précédent !**", explique-t-elle ainsi.

Gastronomie, artisanat, industrie XXL, la découverte des savoir-faire s'inscrit dans les parcours touristiques des Français et des étrangers au même titre que les sites naturels ou les monuments historiques.

Parmi les sites les plus visités, ceux liés à l'agroalimentaire, puis viennent les vins, bières et spiritueux. L'artisanat et les métiers d'art sont positionnés en 3^e position.

Pour aller plus loin :

[#tourisme](#) [#économie](#) [#vacances](#) [#sorties et loisirs](#)

[Aubusson](#)

[Creuse](#)

Article complet : <https://france3-regions.francetvinfo.fr/nouvelle-aquitaine/creuse/aubusson/vacances-la-cite-internationale-de-la-tapisserie-d-aubusson-bat-des-records-de-frequentation-2821103.html>

[Accueil](#) > [Pays basque](#) > Espelette - L'atelier du piment dans le top 10

— [Pays basque](#)

Espelette – L'atelier du piment dans le top 10

Publié le 22/08/2023



Avec 60 000 visiteurs en 2022, l'atelier du Piment d'Espelette est classé à la quatrième place du « Top 10 des très petites entreprises les plus visitées en France ».



© Atelier du Piment

Réalisé tous les deux ans par l'association [Entreprise et Découverte](#), ce classement publié en juillet distingue d'autres entreprises des Pyrénées-Atlantiques. La Cave de Gan-Jurançon, avec 213 000 visiteurs en 2022, est, elle, positionnée à la quatrième place « des entreprises les plus visitées en France ». Au Pays basque la chocolaterie Antton d'Espelette (30 000 visiteurs) et l'Atelier du jambon Pierre Ibaialde à Bayonne (21 570 visiteurs) pointent respectivement à la 5e et à 9e place « des entreprises les plus visitées en Nouvelle-Aquitaine ».

<https://www.vie-economique.com/actualites/espelette-latelier-du-piment-dans-le-top-10/>

— Béarn

Cave de Gan – Des touristes en Jurançon

Publié le 08/09/2023

Selon l'observatoire Entreprise et Découverte, la Cave de Gan est l'entreprise la plus visitée de la région Nouvelle-Aquitaine. La stratégie œnotouristique mise en place par la coopérative, premier producteur de vin de Jurançon et de Béarn, continue de porter ses fruits.



© Cyril Garrabos

213 000 visiteurs l'an dernier, selon l'observatoire Entreprise et Découverte, environ 270 000 selon la Cave de Gan : si les chiffres diffèrent de quelques milliers, ils n'en sont pas moins représentatifs de cette volonté défendue par l'entreprise béarnaise d'ouvrir ses portes gratuitement au public durant toute l'année. Découverte des pressoirs et des cuves de fermentation, visite du chai de vieillissement semi-enterré, balades dans les vignes, dégustation de vins... : la formule plaît, visiblement, plaçant la Cave de Gan parmi les entreprises les plus visitées de France. Depuis la coopérative, à l'entrée du village, son directeur, François Ruhlmann, se réjouit de constater que ce positionnement de longue date en faveur de l'œnotourisme s'avère payant et pérenne.

Succès des portes-ouvertes

D'autant plus que cette stratégie, réfléchie, se trouve confortée par le succès des portes-ouvertes : ce rendez-vous estival incontournable organisé sur deux jours^[1] nées a accueilli environ 4 000 personnes le 13 juillet, et près de 6 000, le 14 août. Des visiteurs de tous horizons, aussi bien Béarnais qu'Espagnols, invités

- **Article complet :** <https://www.vie-economique.com/actualites/cave-de-gan-des-touristes-en-jurancon/>



Le tourisme de savoir-faire, nouveau cheval de bataille du CRTL Occitanie



Résolument tourné vers l'économie sociale, la proximité et le désenclavement des territoires isolés, Vincent Garel, Président du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie (CRTL) mise sur le développement du tourisme éconologique et entame un tour de région des savoir-faire pour faire émerger et soutenir les innovations en vue d'une saison touristique 2023 axée sur les bons choix : ceux des partenariats. Première étape, la semaine dernière, aux ateliers Tuffery à Florac en Lozère.



« Toutes nos envies sont en Occitanie » c'est le sens de la visite de Vincent Garel, la semaine dernière, chez Julien Tuffery, acteur économique exemplaire du territoire et **patron de la société éponyme** spécialisée dans la confection de jean's « made in » Cévennes. « L'excellence de ses produits, son parcours d'ingénieur, son expérience bâtie à l'étranger, sa vision économique à 360 degrés et sa façon d'emmener ses visiteurs dans son univers, en font un parfait ambassadeur de la ruralité de demain : éco-rentable et responsable », souligne le Président du CRTL qui précise que « l'atelier Tuffery est la parfaite illustration de l'économie que soutient la Région : savoir-faire, sens de la proximité, circuits courts, connaissance de la terre où on est implanté, respect des traditions, transmission du patrimoine local ».

Article complet : <https://presse.tourisme-occitanie.com/communiques-et-dossiers/communiques-du-crtl-occitanie/le-tourisme-de-savoir-faire-nouveau-cheval-de-bataille-du-crtl-occitanie/>

/ 6 mars 2023 / Société

Talents : Le "tourisme de savoir-faire" au coeur de la stratégie du CRTL



L Le sujet est dans l'air du temps. Mieux, il répond selon le ministère de l'Économie "à tous les enjeux contemporains des entreprises et des territoires." Justement, Vincent Garel, président du Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie (CRTL) mise sur le développement du tourisme économique et a entamé un tour de région des savoir-faire, pour faire émerger et soutenir les innovations en vue d'une saison touristique 2023 axée sur "les bons choix."

C'est une conjonction favorable. Tandis que Vincent Garel sillonne l'Occitanie à la rencontre de ces entreprises (visites commencées le 25 janvier aux ateliers *Thuffery à Florac* en Lozère), de toutes tailles, qui mettent en avant l'excellence de la production locale, l'Élysée a lancé son appel à candidatures pour participer à la Grande Exposition du Fabrique en France, qui se tiendra en juillet 2023.

Un tourisme qui répond à tous les enjeux contemporains

Les entreprises ont jusqu'au 13 mars pour candidater. Puis, un comité de sélection réuni par Bruno Le Maire, Olivia Grégoire et Roland Lescure aura pour mission d'établir la liste des produits qui seront présentés aux Français lors de cette exposition (qui avait déjà fait la part belle à l'Occitanie en 2020 : voir notre article).

Soumettre sa candidature : <https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/fabrique-en-france-2023>

Le "tourisme de savoir-faire", c'est l'autre nom de la visite d'entreprise. Un tourisme de sens et de valeurs qui répond à tous les enjeux contemporains des entreprises et des territoires : engager une communication directe avec les publics, gagner la confiance des consommateurs, valoriser le *made in France* et la production locale, valoriser les hommes et les femmes au travail ainsi que les métiers porteurs, développer une nouvelle offre de tourisme culturel partout sur le territoire.





3 occitanie

[← Aller à la page régionale](#)

Tourisme : le Guide du Routard et la Région lancent la visite d'entreprises en Occitanie

Publié le 06/06/2023 à 18h30 - Mis à jour le 10/06/2023 à 08h00

Écrit par [Nicolas Allbrand](#)



Le guide de la visite d'entreprises en Occitanie, fruit de la collaboration entre le Guide du Routard et la région Occitanie. © Guide du Routard - Hochette

[Toulouse](#)

[Haute-Garonne](#)

[Occitanie](#)

Le tourisme industriel et d'entreprises a la cote. Pour preuve : la sortie d'un guide des visites d'entreprises en Occitanie. L'occasion de découvrir des centaines des métiers.

En 2020, 1 million 500 000 visiteurs ont découvert 192 entreprises en Occitanie, précise ce Guide de la visite d'entreprises.

Le Routard et la Région Occitanie (via son agence de développement économique) se sont associés pour éditer cet ouvrage qui correspond à une vraie demande : l'appétit grandissant des touristes pour la découverte du savoir-faire local.

L'ouvrage conserve le style des autres guides du Routard avec des coups de cœur, des cartes, des adresses, des bons plans, des anecdotes et des tarifs.

A l'approche de l'été et des vacances, une façon différente de découvrir l'Occitanie.

Pour aller plus loin :

[#tourisme](#) [#économie](#) [#entreprises](#) [#artisanat](#) [#livres](#)
[#culture](#)

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/haute-garonne/toulouse/tourisme-le-guide-du-routard-et-la-region-lancent-la-visite-d-entreprises-en-occitanie-2792034.html>

Midi Libre

Tourisme économique : un guide du Routard sur la visite d'entreprises édité à l'échelle de l'Occitanie



Les Salins d'Aigues-Mortes, premier site de tourisme économique visité dans la région. / - ARNAUD BOUCOMONT



Economie, Tourisme, Occitanie, Montpellier

Publié le 09/06/2023 à 17:45, mis à jour à 22:57



ARNAUD BOUCOMONT

Des domaines viticoles aux caves de Roquefort en passant par les Salins du Midi, les centrales hydroélectriques et Airbus, une autre façon de découvrir la région.

Dans sa logique de diversification, le Routard avait déjà lancé un guide autour du thème de la visite d'entreprises, à l'échelle de la France, en 2016, pour le décliner ensuite au niveau régional. Dès 2017 avec Provence-Alpes-Côte d'Azur, puis Nouvelle Aquitaine en 2021. Et désormais l'Occitanie.

Philippe Gloaguen, le fondateur du guide du Routard, est venu présenter ce vendredi 9 juin à l'Hôtel de Région à Montpellier son nouveau bébé.

Par grands axes (littoral méditerranéen, chaîne pyrénéenne, bassin de la Garonne, Massif central...) et département par département au sein de chaque entité, le guide du Routard zoom sur 126 entreprises qui accueillent du public. Et qui peuvent être l'occasion d'un tourisme économique intégré à des séjours dans la région. Avec à la fin de chaque grand axe un répertoire des fêtes et manifestations.

Caves viticoles, textile, agro-alimentaire...

La palette est large : caves viticoles, moulins à huile, travail du cuir (à Millau et Graulhet), fromageries (Roquefort en tête bien sûr), textile (les jeans Tuffery à Florac), sources (Quézac), agro-alimentaire, artisanat, hydroélectricité, salins (ceux d'Aigues-Mortes sont le premier site visité de la région, mais le guide pointe aussi ceux de Gruissan et de La Palme), aéronautique avec Airbus... Et médias, avec la présentation des visites possibles de La Dépêche du Midi, à Toulouse.

Le guide est édité en partenariat avec l'association Entreprise découverte, ainsi qu'avec la Région Occitanie, via son agence de développement économique, Ad'Occ. La Région y participe à hauteur de 65 000 euros (dont 2500 exemplaires achetés). "Il n'y a aucune participation rédactionnelle", a précisé la rédactrice en chef du guide, Emmanuelle Bauquis. N'attendez pas ceci dit la même hiérarchie que le guide du Routard purement touristique, avec ses fameux bonhommes (un, deux ou trois) au sac à dos portant le monde qui distinguent l'intérêt des visites. Pour cette édition occitano-économique, "on vous propose le meilleur, on estime qu'on est sur une sélection d'entreprises", poursuit la rédactrice en chef. "Impossible de donner des valeurs", a précisé Philippe Gloaguen. "De quel droit ?" Les mythiques bonhommes sont pourtant au rendez-vous, mais avec seulement deux choix : deux ou trois bonhommes... Nuance qui avait échappé au fondateur.

Il a aussi précisé que "les grandes régions se sont réveillées et tant mieux". En 2017, dans Le Parisien, il critiquait des "super-régions françaises regroupant des zones qui n'ont rien à voir ensemble, culturellement, historiquement". Il voulait alors "s'intéresser aux petites régions qui ont une véritable unicité culturelle", ce qu'il a fait par ailleurs.

Carole Delga, la présidente de Région, s'est réjouie que l'on puisse ainsi "mettre à l'honneur des savoir-faire productifs" et des "chefs d'entreprise qui veulent transmettre leur passion aux touristes". Elle a précisé que l'Occitanie comptait en tout 400 entreprises accueillant du public, pour 1,5 million de visites annuelles. Philippe Gloaguen s'est dit "fier de tenter de réconcilier les entreprises avec les Français".

"Normal" d'ouvrir les ateliers



Julien Tuffery, patron de l'entreprise floracoise du même nom, fabricant de jeans, a précisé lors de cette présentation combien il était "normal" d'ouvrir ses ateliers. "Et ça fait juste 131 ans qu'on le fait". L'entreprise étant en forte croissance, elle a été amenée à embaucher ces dernières années : "La moitié des gens qui ont été recrutés l'ont été à la suite d'une visite de l'entreprise". Ses salariés assurent les visites guidées, "un vrai outil de management", insiste-t-il.

Rémi Roux, co-fondateur de la Scop Ethiquable (fabrication de chocolat, de café, de jus de fruits), a évoqué "la relocalisation de la chocolaterie dans le Gers" avec un aménagement permettant de voir le travail des salariés depuis un grand couloir vitré.

<https://www.midilibre.fr/2023/06/09/tourisme-economique-un-guide-du-routard-sur-la-visite-dentreprises-edite-a-lechelle-de-loccitanie-11252294.php>

🏠 > Entreprises > Tourisme

Le Guide du Routard lance sa version Occitanie de la visite d'entreprises

Cet été, l'Occitanie se visitera aussi pour ses entreprises et leurs savoir-faire. Si elles avaient déjà ouvert leurs portes à un public curieux de connaître les coulisses de certains acteurs économiques régionaux, 192 d'entre elles sont désormais référencées dans le premier guide de la visite d'entreprises en Occitanie que lance le Routard. Objectif : un tourisme « expérientiel et responsable qui s'inscrit parfaitement dans l'attention grandissante au consommer local ».



Cécile Chaigneau
12 Juin 2023, 16:20



L'Atelier Tuffery, en Lozère, est l'une des 192 entreprises régionales référencées dans la première édition du Guide du Routard "La visite d'entreprises en Occitanie". (Crédits : DR)

Agriculteur, œnologue, maroquinier, potier, vigneron, coutelier, chocolatier... Ce sont 192 entreprises de la région que le célèbre Guide du Routard référence dans sa première édition sur l'Occitanie.

Ce nouveau titre de la collection *La visite d'entreprises* intervient alors que le guide a déjà couvert les régions Paca et Nouvelle-Aquitaine, avec l'ambition de proposer une nouvelle façon de faire du tourisme. Des géants industriels à l'artisanat de qualité en passant par l'activité agricole, le guide invite à s'arrêter pour découvrir les savoir-faire régionaux, avec l'ambition de développer un tourisme « *expérientiel et responsable qui s'inscrit parfaitement dans l'attention grandissante au consommer local* » et de répondre à « *une tendance qui émerge et permet de découvrir la France autrement, à travers son patrimoine économique vivant* », plaide la maison d'édition Hachette Tourisme.

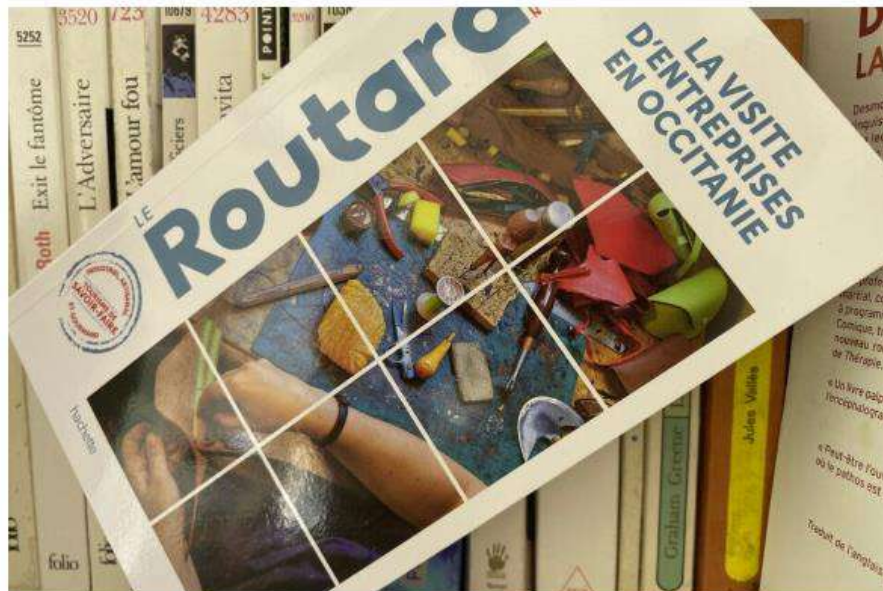
Philippe Gloaguen, le co-fondateur du Guide du Routard, était à Montpellier le 9 juin pour le présenter, aux côtés de la présidente de Région Carole Delga, et de l'association Entreprise et Découverte auxquelles il s'est associé pour produire la première édition de ce guide.

<https://objectif-languedoc-roussillon.latribune.fr/entreprises/tourisme/2023-06-12/le-guide-du-routard-lance-sa-version-occitanie-de-la-visite-d-entreprises-965630.html>

Actu > Occitanie > Hérault > Montpellier

Occitanie : cet été, suivez le Guide du Routard... dans les entreprises

Le Guide du Routard et la Région Occitanie lancent un guide original pour accompagner un tourisme qui se grandit : la visite d'entreprises et la découverte de savoir-faire.



Le Routard dédié à la visite d'entreprises en Occitanie sera édité à 15 000 exemplaires et vendu en librairie. (©Métropolitain)

Par **Gil Martin**

Publié le **13 Juin 23** à 7:44

[Voir mon actu](#)

★ [Suivre Métropolitain](#)

C'est nouveau. **Le Routard**, la **Région Occitanie** et l'association nationale **Entreprise et Découvertes** se sont associés pour produire un Guide du Routard un peu spécial : un volume dédié à une **forme de tourisme** qui se développe : la **visite d'entreprises** et la découverte de **savoir-faire**.

- **Article complet** : https://actu.fr/occitanie/montpellier_34172/occitanie-cet-ete-suivez-le-guide-du-routard-dans-les-entreprises_59720560.html

🏠 > Entreprises > Tourisme

Le Guide du Routard lance sa version Occitanie de la visite d'entreprises

Cet été, l'Occitanie se visitera aussi pour ses entreprises et leurs savoir-faire. Si elles avaient déjà ouvert leurs portes à un public curieux de connaître les coulisses de certains acteurs économiques régionaux, 192 d'entre elles sont désormais référencées dans le premier guide de la visite d'entreprises en Occitanie que lance le Routard. Objectif : un tourisme « expérientiel et responsable qui s'inscrit parfaitement dans l'attention grandissante au consommer local ».



🔒 Réservé aux abonnés

Powered by ETX Studio

00:00/00:00



Cécile Chaigneau

12 Juin 2023, 16:20



L'Atelier Tuffery, en Lozère, est l'une des 192 entreprises régionales référencées dans la première édition du Guide du Routard "La visite d'entreprises en Occitanie". (Crédits : DR)

Agriculteur, œnologue, maroquinier, potier, vigneron, coutelier, chocolatier... Ce sont 192 entreprises de la région que le célèbre Guide du Routard référence dans sa première édition sur l'Occitanie.

Ce nouveau titre de la collection *La visite d'entreprises* intervient alors que le guide a déjà couvert les régions Paca et Nouvelle-Aquitaine, avec l'ambition de proposer une nouvelle façon de faire du tourisme. Des géants industriels à l'artisanat de qualité en passant par l'activité agricole, le guide invite à s'arrêter pour découvrir les savoir-faire régionaux, avec l'ambition de développer un tourisme « *expérientiel et responsable qui s'inscrit parfaitement dans l'attention grandissante au consommer local* » et de répondre à « *une tendance qui émerge et permet de découvrir la France autrement, à travers son patrimoine économique vivant* », plaide la maison d'édition Hachette Tourisme.

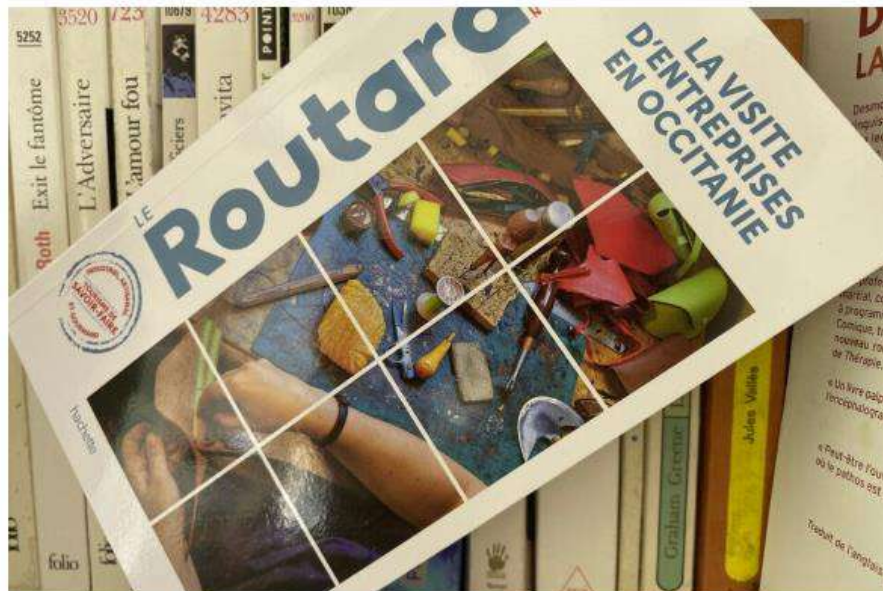
Philippe Gloaguen, le co-fondateur du Guide du Routard, était à Montpellier le 9 juin pour le présenter, aux côtés de la présidente de Région Carole Delga, et de l'association Entreprise et Découverte auxquelles il s'est associé pour produire la première édition de ce guide.

<https://objectif-languedoc-roussillon.latribune.fr/entreprises/tourisme/2023-06-12/le-guide-du-routard-lance-sa-version-occitanie-de-la-visite-d-entreprises-965630.html>

Actu > Occitanie > Hérault > Montpellier

Occitanie : cet été, suivez le Guide du Routard... dans les entreprises

Le Guide du Routard et la Région Occitanie lancent un guide original pour accompagner un tourisme qui se grandit : la visite d'entreprises et la découverte de savoir-faire.



Le Routard dédié à la visite d'entreprises en Occitanie sera édité à 15 000 exemplaires et vendu en librairie. (©Métropolitain)

Par **Gil Martin**

Publié le **13 Juin 23** à 7:44

[Voir mon actu](#)

★ [Suivre Métropolitain](#)

C'est nouveau. **Le Routard**, la **Région Occitanie** et l'association nationale **Entreprise et Découvertes** se sont associés pour produire un Guide du Routard un peu spécial : un volume dédié à une **forme de tourisme** qui se développe : la **visite d'entreprises** et la découverte de **savoir-faire**.

- **Article complet** : https://actu.fr/occitanie/montpellier_34172/occitanie-cet-ete-suivez-le-guide-du-routard-dans-les-entreprises_59720560.html

Tourisme industriel : Laguiole, Roquefort, cinq entreprises de l'Aveyron dans le top 10 des plus visitées en Occitanie



Cinq entreprises aveyronnaises font partie des entreprises les plus visitées en Occitanie. / Centre Presse Aveyron - José A. Torres



Tourisme, Economie, Laguiole

Publié le 20/07/2023 à 10:59

Centre Presse Aveyron

L'Observatoire entreprise et découverte d'Occitanie a révélé ses chiffres pour 2023. Cinq des dix entreprises les plus visitées de la région sont en Aveyron.

Le tourisme industriel connaît depuis plusieurs années un essor considérable en France. Pas moins de 1 400 entreprises, musées du patrimoine et sites industriels attirent chaque année près de 20 millions de visiteurs, qui viennent essentiellement en groupes.

L'Occitanie occupe en 2023 une place importante du tourisme de savoir-faire. La région compte des locomotives de la visite d'entreprise en France : la coopérative oléicole L'Oulibo, la coutellerie de Laguiole Honoré Durand, les caves de Roquefort Société...

L'agroalimentaire en tête

Tous les secteurs de l'économie sont représentés mais l'agroalimentaire représente à lui seul 40 % des visiteurs. Comme le fait remarquer dans son rapport annuel de 2023, l'Observatoire entreprise et découverte, cela marque l'implication forte de la gastronomie dans le tourisme de savoir-faire avec des entreprises emblématiques.

En Occitanie, c'est le secteur de la mode et de la cosmétique qui est supérieur à la moyenne nationale (9 %), avec des entreprises très engagées : la Botte Gardiane, Missegle, Atelier Tuffery, Nutergia, Pierre Fabre.

L'Occitanie dans le top 5

En 2023, 2 200 000 visiteurs ont été accueillis dans 415 entreprises. Un doublement du nombre d'entreprises (192 en 2020) et une augmentation de 50 % du nombre de visiteurs par rapport au dernier observatoire 2020.



La région Occitanie fait partie des 5 régions les mieux positionnées sur la visite d'entreprise en France.

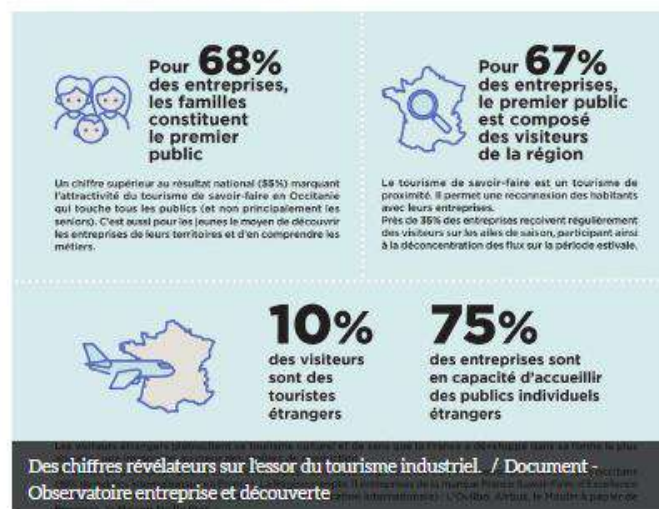
Le classement

1. Les Salins d'Aigues-Mortes (Gard) : 170 000 visiteurs
2. EDF hydro Sud-Ouest : tous les sites d'Occitanie : 143 665 visiteurs
3. L'Oulibo Bize-Minervois (Aude) : 112 820 visiteurs
4. Coutellerie de Laguiole Honoré (Aveyron) : 106 000 visiteurs
5. Coopérative fromagère Jeune montagne Laguiole (Aveyron) : 100 000 visiteurs
6. Coutellerie Forge de Laguiole (Aveyron) : 80 000 visiteurs
7. Caves de Roquefort Société (Aveyron) : 60 000 visiteurs
8. Airbus (Haute-Garonne) : 41 500 visiteurs
9. Terre des Templiers (Pyrénées-Orientales) : 40 000 visiteurs
10. Caves Roquefort Papillon (Aveyron) : 34 065 visiteurs

Pour l'Observatoire entreprise et découverte, "le tourisme de savoir-faire confirme son ancrage territorial et culturel. Les entreprises occitanes ont un engagement patrimonial fort : les Caves de Roquefort Société (1867), les Caves Byrrh (1866), les Poteries d'Albi (1891)".

68 % sont des familles

68 % des vacanciers qui visitent sont des familles. De bon augure aussi pour le chiffre d'affaires puisque l'Observatoire enregistre une augmentation de 30 % du panier moyen en boutique après une visite.



<https://www.centrepresseaveyron.fr/2023/07/20/tourisme-industriel-laguiole-roquefort-cinq-entreprises-de-laveyron-dans-le-top-10-des-plus-visitees-en-occitanie-11352160.php>

Midi Libre

Les entreprises aveyronnaises parmi les plus visitées d'Occitanie

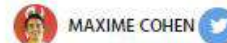


Les caves de roquefort de Société ont accueilli 60 000 visiteurs en 2022. / MIDI LIBRE - CLARA GUICHON



Economie, Millau, Aveyron

Publié le 19/07/2023 à 14:16



L'Observatoire entreprise et découverte d'Occitanie a révélé ses chiffres pour 2023. Cinq des dix entreprises les plus visitées de la région sont en Aveyron.

Les vacanciers viennent en Sud-Aveyron pour diverses raisons. La qualité et la diversité des activités de plein nature, le patrimoine et l'histoire sur les terres des Templiers et Hospitaliers mais aussi pour les traditions agropastorales qui ont permis au roquefort de devenir le roi des fromages.

Selon les chiffres de l'Observatoire entreprise et découverte, tout juste révélés, 2 200 000 visiteurs ont été accueillis dans 415 entreprises d'Occitanie. Parmi les plus visitées, les enseignes aveyronnaises ont la cote. Dans le Nord-Aveyron d'abord, à Laguiole avec la coutellerie d'Honoré Durand qui a totalisé 106 000 visiteurs en 2022, ce qui en fait la 4e entreprise la plus visitée de la région et la première de l'Aveyron. Elle devance la coopérative fromagère Jeune montagne de Laguiole (100 000 visiteurs) et la coutellerie forge de Laguiole (80 000 visiteurs).

Roquefort Société et Papillon dans le Top 10

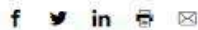
Les enseignes sud-aveyronnaises arrivent juste derrière. Les caves de roquefort de Société cumulent 60 000 visites (7e du classement régional devant Airbus) et les caves de Papillon sont en 10e position avec (34 065 visites). Ces deux entités font partie des historiques de la région et entrent dans les 25 % les plus vieilles, qui ont plus de 100 ans (Société fondée en 1867, 1906 pour Papillon). Le secteur de l'agroalimentaire représente 40 % des visites en région (38 % à l'échelle nationale).

Les visites par des vacanciers, dont 68 % sont des familles en Occitanie, sont aussi un atout pour le chiffre d'affaires. L'Observatoire entreprise et découverte note une augmentation de 30 % du panier moyen en boutique après une visite. L'été 2023 est lancé et les vacanciers sont arrivés et continuent de profiter de ces visites au frais lors de ces fortes chaleurs.

Le tourisme industriel fait tourner le plateau de l'Aubrac



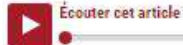
Les touristes sont toujours curieux de découvrir la fabrication du laguiole. / Théo Cartier.



Tourisme. Aveyron

Publié le 04/08/2023 à 05:10

philippe henry



Powered by ETX Studio
00:00/02:29

l'essentiel

Parmi les entreprises qui comptent le plus de visiteurs en Occitanie, cinq d'entre elles, sont aveyronnaises. La coutellerie Honoré Durand à Laguiole arrive en tête, suivie de près par la coopérative Jeune Montagne. Deux entreprises du Nord-Aveyron qui affichent ainsi leur savoir-faire à des dizaines de milliers de visiteurs chaque année.

Le tourisme d'entreprise a le vent en poupe. En Occitanie, l'an passé, près de 2 200 000 visiteurs ont ainsi franchi les portes de 415 entreprises (contre 192 en 2020). Et, dans le classement des sites les plus visités cinq entreprises aveyronnaises figurent parmi les plus visitées. On retrouve ainsi la coopérative Jeune montagne à Laguiole, les caves de Roquefort Société et de Papillon, les installations d'EDF qui maillent la Truyère et le Lot ou encore les coutelleries de Laguiole de la Forge et d'Honoré Durand.

"Cela fait déjà une trentaine d'années que nous proposons ce genre de visites, souligne Honoré Durand, à la tête de la coutellerie du même nom qui a accueilli 106 000 visiteurs en 2022. Nous étions un peu précurseurs en la matière. L'idée était bien évidemment de montrer comment on fabrique nos couteaux, mais de manières détaillées. Les personnes qui choisissent de venir visiter notre entreprise découvrent ainsi nos méthodes de fabrications qui sont entièrement artisanales."

➤ Article complet : <https://www.ladepeche.fr/2023/08/04/le-tourisme-industriel-fait-tourner-le-plateau-de-laubrac-11378298.php>

Jeune Montagne, la coopérative la plus visitée de France

RÉSERVÉ AUX ABONNÉS © 30.08.23

Stratégie

Coopératives

Industrie agroalimentaire

Lait



Lors de leur visite chez Jeune Montagne, les touristes découvrent notamment le laguiole AOP, produit dans les 77 exploitations laitières adhérentes de la coopérative, ©Greg Alric

Selon un classement récent, la fromagerie Jeune Montagne, à Laguiole (Aveyron), est le site de coopérative le plus visité de l'Hexagone. Son DG, Yves Soulhol, nous livre les recettes de ce succès.

Avec 100 000 entrées en 2022, la fromagerie Jeune Montagne, à Laguiole (Aveyron) est le site de coopérative le plus visité en France, selon le classement récent d'Entreprise et Découverte, l'association nationale des visites d'entreprises. « En 2023, nous ferons davantage encore, puisque nous espérons 120 000 visiteurs », se félicite le directeur général de Jeune Montagne, Yves Soulhol.

- **Article complet :** <https://www.agrodistribution.fr/actualites-strategie/article/844167/jeune-montagne-la-cooperative-la-plus-visitee-de-france>

En région, Haute-Garonne

La région Occitanie et le Guide du Routard lancent un guide pour promouvoir le tourisme... dans les entreprises

Une édition spéciale du Routard a été lancée en collaboration avec la région Occitanie sur la visite des entreprises. En Haute-Garonne, les touristes peuvent découvrir notamment le savoir-faire d'Airbus, d'une chocolaterie ou encore d'un élevage de pisciculture.



Une édition spéciale du Routard a été lancée en collaboration avec la région Occitanie sur la visite des entreprises. En Haute-Garonne, les touristes peuvent découvrir notamment le savoir-faire d'Airbus, d'une chocolaterie ou encore d'un élevage de pisciculture./DR/Pascal Pigeyre

Par [Julie Rimbert](#)

Le 4 août 2023 à 08h23

Faire découvrir aux touristes le savoir-faire d'Occitanie en visitant ses entreprises. La région Occitanie, à travers son agence de développement économique Ad'Occ, le Routard et Entreprise et Découverte, propose une nouvelle manière de faire du tourisme avec le premier guide « La visite d'entreprises en Occitanie ». En Haute-Garonne, le secteur économique ouvrant leurs portes aux visiteurs sont variés, allant du [géant industriel Airbus à Blagnac](#) à la ferme et fromagerie de Cabriole à Saint-Félix-Lauragais, en passant par la chocolaterie Dardenne à Ausson et un élevage de truite au lac d'Oô.

- **Article complet :** <https://www.leparisien.fr/haute-garonne-31/la-region-occitanie-et-le-guide-du-routard-lancent-un-guide-pour-promouvoir-le-tourisme-dans-les-entreprises-28-07-2023-UTQFC7QYNJHURFWMQDP5TQ2XOM.php>

Et pourquoi pas visiter une entreprise pendant vos vacances en Occitanie

La Région Occitanie et Le Routard ont lancé la première édition de « La visite d'entreprises en Occitanie » avant l'été 2023. Suivez le guide !



Visite d'une chocolaterie dans le Gers à Fleurance. (©Isasouri)

Par **Raphaël Motte**

Publié le 9 Août 23 à 16:12

La **visite d'entreprise**, ou tourisme de savoir-faire, est une spécialité française. De nombreuses entreprises régulièrement ouvertes au public donnent ainsi l'occasion de découvrir une multitude de métiers : agriculteur, œnologue, maroquinier, potier, vigneron, coutelier... Le [Routard](#), la **Région Occitanie** et Entreprise et Découverte se sont associés dans un guide qui permet de les découvrir.

Plus d'un million et demi de visiteurs

Pour les entreprises, ces visites sont un formidable outil de communication directe avec le public. En 2020, déjà plus d'un million et demi de visiteurs avaient découvert près de 200 entreprises sur le territoire.



Carole Delga présente le nouveau guide des visites d'entreprises en Occitanie en compagnie des éditeurs et de dirigeants. (©Région Occitanie / Laurent Boutonnet)

Pour faire encore mieux connaître l'histoire de notre territoire et la partager au plus grand nombre, la Région s'est associée à cette démarche éditoriale. C'est une invitation pour (re) découvrir notre territoire : des géants industriels à l'artisanat de qualité en passant par l'activité agricole.

Carole Delga

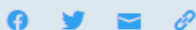
Présidente de la Région, présidente de l'AD'Occ

L'histoire et le savoir faire

Les entreprises racontent l'histoire, comme c'est le cas pour [Airbus](#), le plus grand site aéronautique d'Europe qui vous propose de découvrir son processus de production et les essais en vol.. La société coopérative [Ethiquable](#), à Fleurance, a installé une chocolaterie équitable et bio à explorer. L'expérience se poursuit dans la cacaothèque et dans l'espace dégustation de la boutique...

Suivez toute l'actualité de vos villes et médias favoris en vous inscrivant à [Mon Actu.](#) ●

Partagez



Découvrez les newsletters

https://actu.fr/societe/et-pourquoi-pas-visiter-une-entreprise-pendant-vos-vacances-en-occitanie_59913182.html



ECONOMIE

PUBLIÉ IL Y A 4 MOIS - MISE À JOUR LE 12.09.2023 - ANTHONY MAURIN - 2 MIN - VU 214 FOIS

OCCITANIE Le « tourisme de savoir-faire » se structure



Surfant sur un engouement de plus en plus marqué pour les visites d'entreprises et la découverte de savoir-faire souvent uniques, la filière tourisme de savoir-faire se structure, sous la houlette du Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie (CRTL), afin de mutualiser ses moyens et promouvoir plus efficacement ses offres de visites d'entreprises.

La filière « Tourisme de savoir-faire » réunit d'ores et déjà 31 entreprises d'Occitanie ouvertes au public, dans des domaines aussi variés que l'extraction du talc ou du granit, l'hydro-électricité, l'affinage des fromages, la production oléicole ou ostréicole, la distillerie (Armagnac, huiles essentielles), la fabrication d'avions ou de jean's, de céramique, de papier, de bijoux ou de couteaux...

Animé par le CRTL, ce club a pour objectifs de partager les expériences de ses adhérents afin que chacun puisse améliorer ses visites avec un accueil-client toujours plus qualitatif tout en mutualisant les moyens pour assurer une meilleure visibilité de l'offre existante (avec l'ouverture d'une page dédiée sur le site Internet du CRTL) et positionner l'Occitanie comme une destination incontournable du tourisme de savoir-faire.

Le Gard en tête

Le tourisme industriel (ou « de savoir-faire ») connaît un véritable essor en France avec 20 millions de curieux qui ont poussé les portes d'une entreprise en 2022, soit 40 % de plus en trois ans. Sur la même période, le nombre d'entreprises qui proposent de découvrir leur savoir-faire a bondi 75 % et atteint désormais 3 500 dans l'Hexagone.

À l'échelle régionale, d'après les données de l'observatoire 2023 de la visite d'entreprise publiées en juin dernier par Entreprise et Découverte, on comptabilise 415 entreprises ouvertes à la visite en Occitanie et 2,2 millions de visiteurs par an (soit une moyenne de 3 000 visiteurs par an et par entreprise).



Les salins du Midi (Photo Archives Anthony Maurin).

Le top 5 des entreprises les plus visitées de la région en 2022 est le suivant. Vient en premier celle, gardoise, des Salins d'Aigues Mortes avec quelque 170 000 visiteurs loin devant les Centrales hydro-électrique d'EDF avec 143 665 visiteurs. La coopérative oléicole « L'Oulibo » fait tout de même 112 820 visiteurs et la Coutellerie Honoré Durand, à Laguiole, 106 000 visiteurs quand la coopérative fromagère Jeune Montagne (à Laguiole aussi) enregistre 100 000 visiteurs.

Anthony Maurin

<https://www.objectifgard.com/economie/occitanie-le-tourisme-de-savoir-faire-se-structure-115095.php>

LE TOURISME DE SAVOIR-FAIRE ATTISE LA CURIOSITÉ

PUBLIÉ LE 11 SEPTEMBRE 2023



La Maison Noilly Prat ouvre aux Journées Européennes du Patrimoine Crédits : Olivier Octobre

Les visites d'entreprises et la découverte d'un savoir-faire souvent unique se développent et, suscitent de plus en plus la curiosité. Une nouvelle filière "Tourisme de Savoir-Faire" se structure sous la houlette du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie afin de promouvoir ses offres de visites d'entreprises. Ce tourisme industriel connaît un véritable essor en France avec 20 millions de curieux qui ont poussé les portes d'une entreprise en 2022, soit 40 % de plus en trois ans. Sur la même période, le nombre d'entreprises proposant de découvrir leur savoir-faire a bondi de 75%. Cette filière réunit d'ores et déjà 31 entreprises en Occitanie. L'extraction du talc ou du granit, l'hydro-électricité, l'affinage des fromages, la production oléicole ou ostréicole, la distillerie, la fabrication de jean's, de céramique, de papier... se dévoilent. Dans l'Hérault, quatre entreprises contribuent en tant que destination touristique au déploiement de la filière Savoir-Faire : le producteur de vin Les Caves Richemer à Marseillan, la Maison Noilly Prat productrice de vermouth à Marseilhan, l'ostréiculteur L'étoile de Thau IV à Marseilhan et le producteur d'olives le Domaine de l'Oulivie à Combaillaux. Vincent Garel président du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie précise "la visite d'entreprise constitue un nouveau centre de profit pour les firmes et ateliers ouverts au public. La 40ème édition des Journées Européennes du Patrimoine, les 16 et 17 septembre offre une excellente opportunité de découvrir la diversité de ces savoir-faire avec, bien souvent pour cette occasion, des animations sur-mesure".

KC

<https://www.lepetitjournal.net/34-herault/2023/09/11/le-tourisme-de-savoir-faire-attise-la-curiosite/>

Les entreprises de Maine-et-Loire attirent toujours plus de visiteurs

Les entreprises des Pays de la Loire ont accueilli plus de 650 000 visiteurs en 2022, un chiffre en progression. Parmi les dix sites les plus attractifs, cinq se situent en Maine-et-Loire.

Le Courrier de l'Ouest
Publié le 07/08/2023 à
17h30



Maison Ackerman est l'un des champions régionaux de la visite d'entreprise. | MÉLANIE CHAIGNEAU

Les entreprises des Pays de la Loire attirent toujours plus de touristes. Selon le baromètre de l'association Entreprise et Découverte, 650 000 visiteurs ont franchi les portes de quelque 150 ateliers ligériens l'an dernier. Des chiffres en augmentation de 22 % et 53 % en trois ans.

« Les Pays de la Loire sont une des premières régions à avoir investi la filière de la visite d'entreprise », rappelle l'association, qui remarque également que « la part des entreprises historiques y est encore plus forte qu'au plan national ». En effet, près d'un tiers ont été fondées il y a plus d'un siècle.

La Maison Ackerman sur le podium

Dans ce secteur en plein essor, le Maine-et-Loire compte quelques locomotives. Parmi les dix sites les plus visités dans la région, cinq sont ancrés en Anjou. L'incontournable maison de vin Ackerman se tient ainsi sur la troisième marche du podium (43 000 visiteurs), suivi de ses voisins saumuroises Bouvet-Ladubay (5^e rang, 27 240 visiteurs) et Veuve Amiot (7^e rang, 21 800 visiteurs).

La champignonnière du Saut au Loup, à Montsoreau, rafle la quatrième place avec 39 000 visiteurs. Seul représentant d'Angers dans le top 10, le Carré Cointreau termine neuvième (15 000 visiteurs), ex aequo avec la Maison Louis de Grenelle... à Saumur, encore.

➤ Article complet : <https://www.ouest-france.fr/economie/les-entreprises-de-maine-et-loire-attirent-toujours-plus-de-visiteurs-51f4222e-329c-11ee-b3f2-35a6f0600f5b>



Accueil > Pays de la Loire

Tourisme de savoir-faire : il est possible de visiter 150 entreprises en Pays de la Loire

Agroalimentaire, faïence, aéronautique... Les entreprises de la région sont de plus en plus nombreuses à ouvrir leurs portes aux visiteurs. L'occasion de découvrir les savoir-faire des Pays de la Loire.

Ouest-France
Clémentine PROUTEAU
CHRISOSTOME.
Publié le 04/08/2023 à 14h25

Abonnez-vous

LIRE PLUS TARD

PARTAGER

Newsletter La Matinale

Chaque matin, l'actualité du jour sélectionnée par Ouest-France



La coopérative Les salines de Guérande a accueilli 62 000 visiteurs en 2022. C'est l'entreprise la plus visitée des Pays de la Loire, d'après l'organisme Entreprise et découverte. | OUEST-FRANCE

Les monuments et musées ne sont pas les seuls à attiser la curiosité des visiteurs. Les entreprises reçoivent elles aussi des touristes tout au long de l'année. Et ils sont de plus en plus nombreux à faire le déplacement, d'après l'organisme Entreprise et découverte. 150 entreprises ont accueilli 650 000 visiteurs en 2022, majoritairement venus de la région. Un chiffre en hausse de 22 % en trois ans.

Près d'une entreprise ouverte au public sur deux a plus de 50 ans. Il faut dire que la région regroupe de grands noms de l'industrie, associés à un savoir-faire reconnu, comme Airbus ou les chantiers de l'Atlantique, à Saint-Nazaire.

Les vins et spiritueux, secteur phare

Les marais salants de la coopérative Terre de sel, à Guérande, en font [l'entreprise la plus visitée des Pays de la Loire](#) en 2022 avec 62 000 visiteurs. Elle est suivie par les chantiers de l'Atlantique, à Saint-Nazaire (46 175 visiteurs). L'agroalimentaire est d'ailleurs le premier secteur d'activité des entreprises visitées (39 %).

Les visiteurs font aussi la part belle aux producteurs de vins : la [maison Ackerman est l'entreprise la plus visitée du Maine-et-Loire](#) (43 000 visiteurs), suivie par la cave Bouvet Ladubay, à Saumur (27 240 visiteurs), la Veuve Amiot (21 850 visiteurs), la distillerie Carré Cointreau et les caves Louis de Grenelle (15 000 visiteurs).

[La poterie de Nesmy, en Vendée](#), a, elle, accueilli 17 620 visiteurs et se loge à la 8^e place des entreprises les plus visitées de la région. Pour trouver une entreprise mayennaise, il faut attendre [le Lactopôle ou Cité du lait, le musée de Lactalis](#), qui occupe la fin du classement des dix entreprises les plus visitées avec 13 680 visiteurs.

<https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/tourisme-de-savoir-faire-il-est-possible-de-visiter-150-entreprises-en-pays-de-la-loire-2579b4f2-31d4-11ee-ba4e-16cd12815b8f>

Le tourisme industriel en pleine expansion dans les Pays de la Loire

Par Benjamin Robert, le 04 septembre 2023

Depuis plusieurs années, de nombreuses entreprises ouvrent leurs portes aux curieux. Des biscuiteries aux industries, en passant par les structures artisanales, de nombreuses sociétés attirent des touristes. Lors de l'été 2023, la fréquentation a d'ailleurs été en hausse pour le tourisme industriel des Pays de la Loire.



▲ Les visites organisées aux Chantiers de l'Atlantique ont accueilli cet été 16 000 visiteurs, soit 24 % de plus que l'année dernière. — Photo : Vincent Bauza

Les chantiers de l'Atlantique (2 Md€ de CA, 3 500 salariés) ont accueilli cet été... 16 000 visiteurs ! Soit une augmentation de + 24 % selon Saint-Nazaire...

➤ **Article complet** : <https://www.lejournaldesentreprises.com/loire-atlantique-vendee/article/le-tourisme-industriel-en-pleine-expansion-dans-les-pays-de-la-loire-2067203>



29 Juil
2023

MARSEILLE : Le tourisme de savoir-faire connaît un développement sans précédent

Written by Floriane. Posted in A LA UNE, ALPES MARITIMES, BOUCHES DU RHONE, EVASION, LES NEWS DE PACA, VAR

Avec 3 500 entreprises ouvertes en France, le Tourisme de savoir-faire connaît un développement sans précédent !



Gastronomie, artisanat, industrie XXL, la découverte des savoir-faire s'inscrit dans les parcours touristiques des Français et des étrangers, au même titre que les sites naturels, les monuments historiques.

L'offre est riche et diversifiée, avec des entreprises, véritables ambassadrices de leurs territoires :

- La Savonnerie du Midi, à Marseille (13),
- Agro'Novae – Comtes de Provence, à Peyruis (04)
- 2CV Méhari Club de Cassis, à Cassis (13)
- Nougats Silvain, à Saint-Didier (84)
- Atelier du Savon, à Seillans (83)

Le tourisme de savoir-faire permet la découverte d'univers insolites, souvent méconnus, au contact de Femmes et d'Hommes qui fabriquent les objets de notre quotidien.

Entreprise et Découverte a publié les **derniers chiffres 2023** qui montrent l'explosion de la filière.

À propos du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur

Le Comité Régional de Tourisme assure une démarche de promotion et de communication à destination des clients internationaux et français afin de soutenir l'économie touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en lien avec ses professionnels du tourisme. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir des destinations compétitives et créer du lien avec nos clients, sont les 3 objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, des organisateurs de voyages que des médias. La stratégie développée autour des 3 marques Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque et la mutualisation de moyens, elle monte résolument en puissance.

Tweeter

<http://lalettreeco.presseagence.fr/lettre-economique-politique-paca/2023/07/29/marseille-le-tourisme-de-savoir-faire-connaît-un-developpement-sans-precedent/>



29
juil
2023

MARSEILLE : Entreprise et Découverte, la référence sur le tourisme de savoir-faire

Written by Floriane. Posted in BOUCHES DU RHONE, LES NEWS DE PACA

Avec 3 500 entreprises ouvertes en France, le Tourisme de savoir-faire connaît un développement sans précédent !



Gastronomie, artisanat, industrie XXL, la découverte des savoir-faire s'inscrit dans les parcours touristiques des Français et des étrangers, au même titre que les sites naturels, les monuments historiques.

L'offre est riche et diversifiée, avec des entreprises, véritables ambassadrices de leurs territoires :

- La Savonnerie du Midi, à Marseille (13),
- Agro'Novae - Comtes de Provence, à Peyruis (04)
- 2CV Méhari Club de Cassis, à Cassis (13)
- Nougats Silvain, à Saint-Didier (84)
- Atelier du Savon, à Seillans (83)

Le tourisme de savoir-faire permet la découverte d'univers insolites, souvent méconnus, au contact de Femmes et d'Hommes qui fabriquent les objets de notre quotidien.

Entreprise et Découverte a publié les **demiers chiffres 2023** qui montrent l'explosion de la filière.

Entreprise et Découverte, la référence sur le Tourisme de savoir-faire

Entreprise et Découverte est l'association nationale de la visite d'entreprise. Elle œuvre pour le développement de cette nouvelle offre culturelle française au service des publics.

ENTREPRISE ET DÉCOUVERTE EST LA RÉFÉRENCE NATIONALE DE LA VISITE D'ENTREPRISE (tourisme de savoir-faire). C'est une association d'intérêt général. Entreprise et Découverte agit en étroite collaboration avec les Ministères (Économie et Culture), 10 Régions, 10 fédérations professionnelles et compte un réseau de 500 entreprises partenaires (EDF, Fragonard, Valrhona...) et adhérentes.

L'ASSOCIATION INTERVIENT SUR 3 VOLETS : l'animation du réseau national, l'accompagnement des entreprises (conseil, formation, réalisation) et la communication (site internet, guides du routard de la visite d'entreprise...). Entreprise et Découverte édite tous les 2 ans un observatoire national et des régions qui constitue la référence de la filière

Tweeter



Le Sud, première région pour les visites d'entreprises

Par Gilles Carvoyeur -- le 14 novembre 2023

En région Provence-Alpes-Côte d'Azur, plus de 400 entreprises artisanales, agricoles et industrielles accueillent chaque année plus de 3,8 millions de personnes pour leur faire découvrir leurs passions et leurs secrets de fabrication.

Avec la plus forte densité géographique d'entreprises ouvertes à la visite, Provence-Alpes-Côte d'Azur confirme sa place de leader de la visite d'entreprise en France.

Le point avec François de Canson, vice-président de la Région Sud et président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT). Il répond aux questions des Petites Affiches du Var.

Que représente le tourisme des savoir-faire en Provence Alpes Côte d'Azur ?

François de CANSON. Le Sud est la première région en termes de visites d'entreprises. Les entreprises de la région ont une dimension patrimoniale forte, et sont ancrées de longue date dans le territoire : la Confiserie du Roy René a fêté ses 100 ans cette année (1920), la Savonnerie Marius Fabre (1900), la Poterie Ravel (1837), Fragonard (1926) et bien d'autres entreprises encore. Avec 3,8 millions de visiteurs accueillis dans 405 entreprises régionales soit 20% du total des visiteurs (20 millions), suivie de Nouvelle Aquitaine et Grand Est. Une hausse de 25% en 3 ans du nombre de visiteurs et une multiplication par deux du nombre d'entreprises ouvertes à la visite. C'est aussi la première région sur l'accueil des visiteurs étrangers avec 40% des visiteurs qui sont des touristes internationaux contre 20% au niveau national. Les médias et tour-opérateurs internationaux que nous accueillons en région sont d'ailleurs très intéressés par les visites d'entreprises que nous intégrons régulièrement dans les programmes d'accueil.

Quelles sont les principales actions ?

FDC. En termes d'actions, Provence Alpes Côte d'Azur se distingue par son efficacité. Nous avons, par exemple, un partenariat entre Entreprise et Découverte et le CRT. Nous sommes la première région à disposer d'une antenne régionale (mai 2022) et à mettre en place les matinales de la visite d'entreprise. De plus, la région compte 4 locomotives régionales très actives, les plus fidèles depuis 10 ans dans le COPIL national sur un total de 14 entreprises partenaires telles que le Roy René, Savonnerie Marius Fabre, Fragonard, l'Occitane...

Comment se décline le partenariat entre le CRT et VINCI Autoroute ?

FDC. : Un partenariat a vu le jour avec VINCI Autoroute visant à promouvoir la visite d'entreprise et les savoir-faire, tout comme les produits du terroir. Il se traduit par l'installation dans les aires d'autoroutes de supports d'information sur les visites d'entreprises. La mise en place de ces supports, sur des espaces mis à disposition par VINCI Autoroute, est en cours. Ils intègrent un focus thématique selon le périmètre de l'aire d'autoroute considérée. Par exemple, sur l'aire Via Augusta sur l'A8 en venant d'Italie, les automobilistes découvrent l'artisanat et la verrerie de Biot ou les parfumeries de Grasse. Près d'une dizaine d'implantations sont programmées dans les mois à venir.

<https://www.petitesaffiches.fr/actualites,069/economie,045/le-sud-premiere-region-pour-les,28939.html>



RÉGION SUD AGROALIMENTAIRE CONJONCTURE

La région Sud, leader du tourisme de savoir-faire

30 juin 2023

L'observatoire "entreprise et découverte", a dévoilé les chiffres du tourisme de savoir-faire en région Paca. La région est leader sur ce créneau en nombre de visiteurs et notamment de touristes internationaux. 3,8 millions de visiteurs ont été accueillis dans 405 entreprises, soit une augmentation de 25 % en 3 ans du nombre de visiteurs et une multiplication par deux du nombre d'entreprises. Le secteur agroalimentaire domine très largement, avec des entreprises emblématiques, comme le Roy René, la Confiserie Florian, le moulin oléicole Bastide du Laval. La région se distingue également par la place de la cosmétique, avec des entreprises engagées de longue date, que sont Les parfumeries Fragonard, La Savonnerie Marius Fabre, l'Occitane en Provence, La Savonnerie du Midi. L'entreprise la plus visitée est la Verrerie de Biot dans les Alpes-Maritimes.

LOCALISATION **RÉGION SUD**

SECTEURS D'ACTIVITÉ **AGROALIMENTAIRE CHIMIE TOURISME**

THÉMATIQUES **CONJONCTURE**